

1106/KOM-D/SD-S1/2011

**PERANAN HUBUNGAN MASYARAKAT (HUMAS)
PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) TIRTA SIAK PEKANBARU
DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN MEDIA**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komunikasi
Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh:

P A J A R

NIM:10643004160

PROGRAM S1

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2011

PERANAN HUMAS PDAM TIRTA SIAK DALAM MENJALIN

HUBUNGAN DENGAN MEDIA.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi karena munculnya isu kurang efektifnya komunikasi yang disampaikan dari pihak PDAM Tirta Siak Pekanbaru ke pelanggan. Tentu saja ini sangat berpengaruh pada citra perusahaan dan kinerja dari divisi hubungan masyarakat (Humas). Untuk itu dibutuhkan peranan humas PDAM Tirta Siak dalam menjalin hubungan dengan media. Dari latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah peranan hubungan masyarakat (Humas) Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Pekanbaru dalam menjalin hubungan dengan media. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan humas PDAM Tirta Siak dalam menjalin hubungan dengan media. Subjek penelitian ini adalah karyawan, terutama Kepala Bagian Humas dan Kepala Bagian Pelayanan di PDAM Tirta Siak Pekanbaru. Sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah peran humas PDAM Tirta Siak dalam menjalin hubungan dengan media. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan teknik wawancara dengan responden sebagai sumber data, yaitu Kepala Bagian Humas dan Kepala Bagian Pelayanan di PDAM Tirta Siak Pekanbaru. Sedangkan data sekunder diperoleh dengan teknik pengamatan dan dokumentasi (misalnya data profil PDAM dan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru). Menggunakan metode Kualitatif Deskriptif kedua jenis data ini dijelaskan dan digambarkan dengan kalimat kemudian dianalisa dan mengkaitkannya dengan kerangka teori yang relevan tanpa melakukan uji matematis atau statistik, kemudian dibuat kesimpulan. Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Menjalinkan Hubungan dengan Media digolongkan “berhasil”. Hal ini ditunjukkan dari 18 pertanyaan yang diajukan kepada Kabag Humas Pelanggan dan Kabag Pelayanan, menjelaskan Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Menjalinkan Hubungan dengan Media sesuai dengan visi, misi, dan tujuan PDAM Tirta Siak, dan juga sesuai dengan fungsi humas yang ditetapkan dalam Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, serta sesuai dengan fungsi humas dalam pendekatan teoritis yang penulis gunakan, yaitu dengan hubungan humas dengan media dapat penyampaian pesan atau informasi dari PDAM kepada pelanggan, dan hubungan tersebut dapat meningkatkan kinerja PDAM dalam memberi pelayanan kepada pelanggan.

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| ABTRAKSI..... | ii |
| HALAMAN NOTA..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |

BAB I PEMBAHASAN

| | |
|-------------------------------------------------|----|
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Alasan Memilih Judul | 6 |
| C. Penegasan Istilah | 6 |
| D. Permasalahan..... | 8 |
| E. Perumusan Masalah | 8 |
| F. Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 8 |
| G. Kerangka Teoritis dan Konsep Oresional | 9 |
| H. Metode Penelitian..... | 20 |
| I. Sistematika Penulisan | 22 |

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

| | |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| A. Sejarah Singkat Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak..... | 24 |
| B. Sistem Penyediaan Air Minum..... | 25 |
| C. Visi dan Misi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak | 29 |
| D. Data Pegawai Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak..... | 30 |
| E. Struktur Organisasi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak..... | 31 |

BAB III PENYAJIAN DATA

| | |
|-----------------------------------------|----|
| A. Peranan Humas PDAM Tirta Siak | 33 |
| B. Menjalin Hubungan dengan Media | 42 |

BAB IV ANALISA DATA

| | |
|-----------------------------------------|----|
| A. Peranan Humas PDAM Tirta Siak | 49 |
| B. Menjalin Hubungan dengan Media | 61 |
| C. Rumusan Kajian | 73 |

BAB V PENUTUP DAN SARAN

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 75 |
| B. Saran | 76 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN- LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini, banyak organisasi baik yang bersifat profit maupun non profit, yang diselenggarakan oleh pemerintahan maupun organisasi di luar pemerintah menggunakan jasa *Publik Relation*. Keberadaan Publik Relation menjadi sangat vital karena setiap organisasi menginginkan citra atau *image* yang baik di mata masyarakatnya. Hal tersebut telah membuat organisasi maupun perusahaan menyadari akan pentingnya manfaat Publik Relation bagi organisasi atau perusahaan mereka. *Public Relation* sendiri menurut Howard Bonham mempunyai pengertian sebagai seni untuk menciptakan pengertian public yang lebih baik, sehingga semakin memperbesar kepercayaan public terhadap organisasi atau perusahaan (Suhandang, 2004 : 44).

Pada dasarnya aktifitas Publik Relation meliputi kegiatan mulai dari pembenahan organisasi itu sendiri (*The PR begins At Home*), hingga kegiatan yang bersifat membangun atau menciptakan citra perusahaan dan hubungan positif di mata publiknya (Rosady Ruslan, 2005 : 03).

Untuk mencapai citra yang di inginkan, maka suatu perusahaan atau organisasi harus dapat melakukan komunikasi yang efektif terhadap target sarannya, baik internal maupun eksternal. Fungsi Publik Relation menjadi penting

sebagai fungsi fasilitator dalam rangka menginformasikan atau mempengaruhi masyarakat untuk tujuan dari perusahaan maupun organisasi.

Menurut Oemi Abdurrachman (1995 : 34-41), ada dua fungsi Publik Relations atau Humas, yaitu fungsi internal dan fungsi eksternal. Dua fungsi itu adalah:

1. Fungsi internal Publik Relation

Fungsi internal Publik Relation bertujuan untuk mempererat hubungan antara sesama karyawan dalam Publik Relation sehingga mampu menimbulkan kegairahan kerja. Pada umumnya fungsi internal Publik Relation memiliki dua sasaran, yaitu:

a. Hubungan dengan karyawan

Yaitu hubungan dengan sesama pekerja baik itu atasan maupun bawahan.

Kerja sama dan kepercayaan dari mereka dapat dibina dan dipelihara.

b. Hubungan dengan pemegang saham

Hubungan dengan pemegang saham haruslah dibina sebaik mungkin, karena pemegang saham memberikan modal kepada perusahaan, dan modal adalah factor yang menentukan kecil besarnya suatu perusahaan. Oleh karena itu, hubungan dengan pemegang saham haruslah dibina sebaik mungkin.

2. Fungsi eksternal Publik Relation

Salah satu dari tujuan fungsi Publik Relation eksternal adalah mempererat hubungan dengan orang-orang atau instansi –instansi yang berada di luar perusahaan demi terciptanya opini public yang menguntungkan perusahaan itu

sendiri. Tugasnya adalah mengadakan komunikasi dua arah yang sifatnya hormotive dan persuasive kepada pihak luar. Adapun bentuk hubungan dengan pihak eksternal/luar dapat di lakukan melalui hubungan:

- a. Hubungan dengan pelanggan (costumer relation)
- b. Hubungan dengan pemerintah (geoverment relation)
- c. Hubungan dengan pers (perss relation)
- d. Hubungan dengan masyarakat sekitar (community relation).

Pada dasarnya Publik Relation merupakan proses komunikasi kepada public untuk menjalin relasi yang baik sehingga tercapai tujuan untuk membangun, membina, dan menjaga citra yang positif. Kita yang hidup dalam masyarakat komunikasi massa seperti saat sekarang ini sangat menggantungkan kebutuhan informasi pada media massa. Maka kegiatan komunikasi dalam konteks Publik Relation pun banyak memanfaatkan media massa untuk berkomunikasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi.

Perusahaan maupun institusi (lembaga) yang hidup di era modern seperti sekarang tidak akan bisa survive dan berkembang dalam menghadapi persaingan tanpa menggandeng media massa (cetak maupun elektronik). Pasalnya, kekuatan sebuah media diyakini banyak kalangan mampu membangun image positif sebuah institusi. Faktanya, semua perusahaan besar di dunia seperti, Nokia, Microsoft, dan Yahoo, bisa menggurita dan dikenal masyarakat luas berkat membangun jalinan dengan media.

Karena hidup matinya sebuah perusahaan modern mutlak ditentukan hubungan perusahaan melalui kemampuan public relations (PR) atau biasa disebut Hubungan Masyarakat (Humas) dalam menjalankan tugasnya menggandeng media sebagai partner untuk mendongkrak kinerja perusahaan.

Dengan kekuatan dan kemampuan yang dimiliki media massa, maka peran media massa tidak dapat diabaikan dalam kegiatan dan program public Relation. Dengan mengetahui pentingnya posisi media massa di dalam kegiatan dan program Publik Relation itu, maka hubungan yang baik dengan media massa itu menjadi sesuatu yang penting yang harus diperhatikan oleh praktisi Publik Relation.

“Hubungan pres (*Press Relation*) sendiri adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atau suatu pesan atau informasi Humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan” (Jefkinds, 2003 : 98). “Hubungan pres (*Press Relation*) sendiri memiliki arti yang sama dengan hubungan media atau *Media Relation*. Hanya istilah hubungan pres (*Press Relation*) cenderung lebih populer” (Jefkins, 2003 : 98).

Hubungan dengan media massa itu bukan hanya dijalin sebagai solusi setelah timbul masalah, melainkan terus dipelihara sepanjang perusahaan itu masih ada. Walaupun sebenarnya ada satu hal yang mengganggu dalam hubungan organisasi atau perusahaan dalam menjalin hubungan dengan media massa, yaitu sikap saling mencurigai antara kedua belah pihak, dimana media beranggapan bahwa praktisi *Publik Relation* sering memanipulasi informasi untuk menciptakan citra yang

positif, sedangkan praktisi Publik Relation beranggapan bahwa media massa membutuhkan informasi yang buruk mengenai organisasi atau perusahaan, karena *the bad news is a good news* bagi media massa.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak adalah perusahaan milik pemerintah daerah Kota Pekanbaru. PDAM Tirta Siak memiliki komitmen yang tinggi untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada masyarakat, berdirinya PDAM Tirta Siak bisa dikatakan bagian dari misi dan visi kota Pekanbaru. Untuk itu dituntut harus mampu menunjukkan mutu dan kualitas kerja yang profesional serta mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

Perusahaan Daerah Air Minum ini didirikan berdasarkan Perda No. 2 tahun 1988. Pada mulanya dibawah pengawasan Pemerintah Daerah Tingkat 1 Riau, namun berdasarkan SK Gubernur Riau No. KPTS.185/VI/97 diserahkan pengolahannya pada Pemerintah Tingkat II pekanbaru. Maka sejak tahun 1997, secara resmi PDAM Tirta Siak Pekanbaru berada di bawah pengawasan kota Pekanbaru berdasarkan Perda Kota Pekanbaru No. 12 tahun 1997.

PDAM Tirta Siak merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan air bersih, agar perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang terbaik tentunya bukan hanya tanggung jawab pimpinan, melainkan juga tanggung jawab semua staf dan karyawan untuk mencapai kesuksesan sebagai mana yang diinginkan oleh perusahaan. Maka dari itu produktifitas kerja karyawan dan komunikasi yang efektif pada manajemen, serta mampu membangun hubungan dengan media, maka akan

tercipta suatu citra positif yang akan sangat besar pengaruhnya terhadap kemajuan dan eksistensi perusahaan tersebut.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan memberi judul: *“Peranan Humas PDAM. Tirta Siak dalam Menjalin Hubungan dengan Media”*.

B. Alasan Pemilihan Judul

Penulis tertarik dalam penelitian ini dengan member judul sebagaimana di atas, karena penulis mempunyai alasan :

1. Penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana peranan humas PDAM Tirta Siak dalam menjalin hubungan dengan media.
2. Judul tersebut relevan dengan study yang penulis geluti, yaitu jurusan komunikasi konsentrasi humas di Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi UIN Suska Riau.
3. Sepengetahuan penulis, di Fakultas Dakwah Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas, Judul ini belum ada yang meneliti sebelumnya.
4. Penulis merasa mampu baik dari segi waktu, skill dan pendanaannya.

C. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap istilah yang penulis gunakan dalam judul penelitian ini, maka penulis perlu memberi penegasan istilah sebagai berikut:

a. Peranan

Peranan adalah mengambil bagian atau turut aktif dalam suatu kegiatan oleh suatu individu (kamus besar bahasa Indonesia, 1999:45).

b. Public Relation/Humas

Menurut Denny Griswold dan Glenn dalam buku “your public relations” adalah fungsi manajemen yang menilai sikap public, menunjukkan kebijakan prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan public dan melaksanakan rencana kerja memperoleh pengertian dan pengakuan public.

c. Media

Menurut AECT (Association Edication and Communication Tecnology) mendefinisikan, media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan orang untuk menyalurkan pesan atau informasi.

d. PDAM Tirta Siak

Yaitu perusahaan milik pemerintah daerah kota Pekanbaru, yang bergerak di bidang pengolahan air bersih, terletak di jalan Jenderal Sudirman, No. 246, Tangkerang, Pekanbaru.

e. Hubungan Media

Menurut Frank Jefkind(2003), mendefinisikan, hubungan media adalah, “usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi perusahaan yang bersangkutan”.

D. Permasalahan

Adapun permasalahan yang penulis maksudkan dalam penelitian ini adalah peranan hubungan masyarakat (Humas) Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Pekanbaru dalam menjalin hubungan dengan media.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana peranan humas PDAM Tirta Siak dalam menjalin hubungan dengan media.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan dapat berguna sebagai:

- a. Salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam rangka memperoleh gelar sarjana star satu(S1) pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

- b. Sebagai masukan atau karya ilmiah bagi perpustakaan UIN Suska Riau, yang pada waktunya dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi bagi mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian serupa.
- c. Secara teoritis, untuk memberikan sumbangan ilmiah bagi penulis sendiri khususnya dan mahasiswa ilmu komunikasi pada umumnya.
- d. Manfaat praktis, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi pihak perusahaan PDAM Tirta Siak. Dimana peneliti berharap dengan adanya penelitian ini pihak perusahaan PDAM Tirta Siak dapat mengetahui sebaik apakah hubungan mereka dengan media massa sampai saat ini.

G. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

1. Kerangka Teoritis

Dalam kerangka teoritis penulis menjelaskan tentang teori yang berkenaan dengan permasalahan yang penulis bahas, dan dilihat dari beberapa tinjauan para ahli Publik Relation agar permasalahan dapat dengan mudah dipahami.

A. Peranan dan Fungsi Publik Relation

Peranan

Menurut Kamus Besar Indonesia, peranan dapat diartikan dalam dua kategori, yaitu: *pertama*, lakon yang dimainkan oleh seorang pemain, dan yang *kedua*, fungsi maupun tugas (JS Badudu, 1998 : 1037).

Peranan adalah sebagai perangkat harapan-harapan yang dikenakan pada individu yang menempati kedudukan sosial tertentu (Berry, 1983 : 99).

Menurut Koenjaraningrat, peranan biasanya dihubungkan dengan permainan prilaku dan sandiwara, dalam ilmu sosial konsep peranan biasanya dihubungkan dengan prilaku seseorang dalam kedudukan tertentu (Koentjaraningrat, 1986 : 21-22).

Sedangkan peranan organisasi menurut Katz dan Khan (1978) adalah integrasi yang merupakan peleburan komponen peranan, norma dan nilai. Adapun peranan itu sendiri merupakan serangkaian prilaku yang diharapkan dilakukan seseorang, pengharapan seperti ini merupakan norma yang dapat mengakibatkan suatu peranan. Bagaimana seseorang berperilaku dalam peranan organisasi sangat ditentukan oleh:

- a) karakteristik pribadinya
- b) pengertian tentang apa yang di harapkan orang lain kepadanya
- c) kemauannya untuk mentaati norma yang telah menetapkan pengharapan.

Peranan adalah aspek dinamis kedudukan (status). Apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan (Soekanto, 2000 : 268).

Publik Relation

Publik Relation adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan kepada saling pengertian (Frank Jefkind, 2003 : 10).

Menurut British, Institute of Publik Relations (IPR) dalam Frank Jefkind (2003 : 9), Publik Relation adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (good will) Dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Devinisi berdasarkan hasil keputusan dalam pertemuan asosiasi-asosiasi PR seluruh dunia di Mexsico city pada bulan agustus 1978, mendevinisikan PR sebagai berikut: Praktik PR adalah sebuah seni ekaligus ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecendrungan, memperkirakan setiap kemungkinan konsekwensinya memberikan masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, serta menetapkan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan kepentingan khalayaknya (Frank, 2003 : 10-11).

Menurut *Scott M. Culip dan Allen H. Center* mengatakan Publik Relation adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh kerja sama dan saling pengertian dari para pelanggan, pegawai, public umumnya, kedalam mengadakan analisa dan perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan. Sedangkan menurut *Denny Grisworld*, Publik Relation adalah suatu fungsi manajemen yang menilai sikap public, menunjukkan kebijaksanaan dan prosedur dari seseorang individu atau sebuah lembaga atas dasar kepentingan public, merencanakan dan menjalankan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan dapat diterima dengan baik oleh public (Scott dalam Djaja, 1983 : 11).

Adapun fungsi Publik Relation dalam menyelenggarakan komunikasi dua arah (reciprocal two traffic communication) antara perusahaan atau lembaga yang diwakilinya dengan public sebagai sasaran (target audience) pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh perusahaan yang bersangkutan (Effendy, 2000 : 134).

Edward L. Bernay (2003 : 18), merumuskan terdapat tiga kegiatan utama Humas atau Publik Relation, yaitu:

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat
2. Melakukan persuasi untuk merubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.

3. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu lembaga dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Jadi, berdasarkan fungsi tersebut di atas menurut Edward L. Bernay, idealnya peranan yang harus dimiliki oleh praktisi humas atau public relation dalam suatu organisasi atau lembaga adalah:

- 1). Menjelaskan tujuan-tujuan organisasi kepada public. Tugas tersebut akan terpenuhi dengan baik apabila humas yang bersangkutan lebih memahami atau meyakini pesan atau informasi yang akan di sampaikanya itu.
- 2). Selain bertindak sebagai radar, humas juga harus mampu melancarkan melaksanakan public policinya. Jangan sampai pesan atau informasi yang di sampaikanya membingungkan atau menghasilkan sesuatu yang tidak jelas arahnya, sehingga pesan-pesan tersebut akan menjadi sulit untuk diterima oleh public.
- 3). Pihak humas harus memiliki kemampuan untuk melihat kedepan atau untuk memprediksi sesuatu secara tepat yang didasarkan kepada pengetahuan akan data atau sumber informasi actual, yang menyangkut kepentingan organisasi maupun publiknya.

B. Menjalin Hubungan dengan Media

Istilah dan profesi Publik Relation (PR) semakin hari makin memasyarakat dan mendapat tempat dalam kegiatan bisnis modern, sehingga banyak perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa merasakan betapa pentingnya membentuk

divisi/bidang PR di perusahaan mereka untuk memperoleh citra positif dan merebut dukungan publik dalam upaya mengembangkan usaha mereka.

Munculnya bidang humas dalam perusahaan yang berorientasi bisnis, ternyata diiringi pula dengan kehadiran usaha konsultan humas yang lebih menyemarakkan keberadaan istilah dan profesi humas dalam masyarakat, terutama dikalangan usahawan.

Upaya meraih dukungan publik itu, dalam kegiatannya humas perlu bekerja keras dengan mencari dan memberi informasi kepada masyarakat, agar perusahaan tetap tumbuh subur, karena kepercayaan dan sokongan publiklah perusahaan itu tetap berjalan.

Salah satu kegiatan humas dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan publik adalah kegiatan Hubungan Pers (Perss Relations/ Media Relations) yakni membina hubungan baik dengan kalangan pers yang mengelola media cetak(surat kabar/ majalah) dan media elektronik (radio/ tv) (Drs. Soemirat, 2004 : 121).

Hubungan pers (pers Relation) adalah *usaha untuk memperoleh publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan* (Frank Jefkins, 2003 : 113).

Tujuan pokok diadakannya hubungan pers adalah untuk ‘menciptakan pemahaman dan pengetahuan’, jadi jelas bukan semata-mata untuk menyebarkan suatu informasi atau pesan sesuai dengan keinginan perusahaan induk atau pihak

klien demi mendapatkan ‘suatu citra atau sosok yang lebih indah dari pada aslinya di mata umum’, tidak seorangpun yang berhak mendikte apa yang harus diterbitkan atau disiarkan oleh media massa, setidaknya-tidaknya disuatu masyarakat yang demokratis (Frank Jefkins, 2003 : 113).

Dari definisi di atas bisa disimpulkan bahwa, hubungan media itu merupakan salah satu bagian dari kegiatan Publik Relation atau Hubungan Masyarakat. Jadi apa yang menjadi tujuan humas juga menjadi tujuan hubungan media. Bahkan bisa dikatakan hubungan media menjadi penentu “hidup dan matinya” humas.

Sementara yang dimaksud media di sini adalah meliputi, media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), dan elektronik (radio, televisi, internet).

Philip Lesly (1991 : 7) memberikan definisi Media Relations sebagai hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap kepentingan organisasi.

Yosal Iriantara (2005 : 32) mendefinisikan Media Relation sebagai bagian dari Publik Relation eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dengan public untuk mencapai tujuan organisasi.

Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa perusahaan menggunakan media massa sebagai medium penyampai pesan dan pencitraan kepada publik. Semakin banyak akses yang didapat publik dari media massa berkaitan dengan produk atau layanan yang diberikan oleh perusahaan, maka diharapkan semakin besar tingkat kepercayaan publik. Pada akhirnya publik akan memakai produk atau jasa

perusahaan yang dipublikasikan media; atau setidaknya, publik dapat menjadi saluran kembali yang secara tidak langsung mempromosikan produk atau jasa kepada komunitasnya melalui word of mouth.

Batasan mengenai peranan hubungan pers menurut Jefkins adalah untuk memperoleh pemuatan atau secara maksimal tentang informasi humas yang di sampaikan untuk memberikan pengetahuan dan menciptakan pengertian publiknya (Drs. Soemirat, M. Si., 2004 : 122).

Penting sekali dalam sebuah kegiatan PR menjalin hubungan pers atau Media Relation yang baik dengan para pemimpin dan reporter/wartawan surat kabar, majalah radio, dan televisi. Perlakuan yang berdasarkan like dan dislike dalam memberikan keterangan dapat menimbulkan adanya berita-berita/tulisan tulisan yang tidak akurat, bahkan berita yang tidak benar tentang organisasi atau perusahaan itu, yang mungkin dapat membawa kerugian (Abdurrachman, 2001 : 41).

C. Menciptakan Hubungan dengan Media yang Baik

Ada sejumlah prinsip umum menurut Frank Jefkind dalam (Nuruddin, M. Si : 47-49) yang perlu diperhatikan oleh setiap praktisi humas dalam menciptakan dan membina hubungan media yang baik. Prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut.

1. Memahami dan melayani media. Dengan berbekal semua pengetahuan di atas, seorang praktisi humas akan mampu menjalin kerja sama dengan pihak media, ia juga akan dapat menciptakan suatu hubungan timbal-balik yang saling menguntungkan.

2. Membangun reputasi sebagai orang yang dapat dipercaya. Para praktisi humas harus senantiasa siap menyediakan atau memasok materi-materi yang akurat di mana saja dan kapan saja hal itu dibutuhkan. Hanya dengan cara inilah ia akan dinilai sebagai suatu sumber informasi yang akurat dan dapat dipercaya oleh para jurnalis. Bertolak dari kenyataan itu maka komunikasi timbal-balik yang saling menguntungkan akan lebih mudah diciptakan dan dipelihara.

3. Menyediakan salinan yang baik. Misalnya saja menyediakan reproduksi foto-foto yang baik, menarik, dan jelas. Dengan adanya teknologi input langsung melalui komputer (teknologi ini sangat memudahkan koreksi dan penyusunan ulang dari suatu terbitan, seperti siaran berita atau *news release*), penyediaan salinan naskah dan foto-foto yang baik secara cepat menjadi semakin penting.

4. Bekerja sama dalam penyediaan materi. Sebagai contoh, petugas humas dan jurnalis dapat bekerja sama dalam mempersiapkan sebuah acara wawancara atau temu pers dengan tokoh-tokoh tertentu.

5. Menyediakan fasilitas verifikasi. Para praktisi humas juga perlu memberi kesempatan kepada para jurnalis untuk melakukan verifikasi (membuktikan kebenaran) atas setiap materi yang mereka terima. Contoh konkretnya, para

jurnalis itu diizinkan untuk langsung menengok fasilitas atau kondisi-kondisi organisasi yang hendak diberitakan.

6. *Membangun hubungan personal yang kokoh.* Suatu hubungan personal yang kukuh dan positif hanya akan tercipta serta terpelihara apabila dilandasi oleh keterbukaan, kejujuran, kerja sama, dan sikap saling menghormati profesi masing-masing (Nuruddin, M. Si, 2008 : 54-57).

2. Konsep Oprasional

Berdasarkan kerangka teoritis di atas, maka selanjutnya penulis membuat Konsep Oprasional yang nantinya akan penulis jadikan sebagai tolak ukur di lapangan, untuk itu penulis berasumsi bahwa peranan Humas atau Publik Relation pada PDAM Tirta Siak dalam menjalin hubungan dengan media massa dapat dilihat dari beberapa sisi, yaitu:

a. Peranan Hubungan Masyarakat (Humas)

Hubungan masyarakat (humas) dapat dikatakan berperan dengan indicator sebagai berikut:

1. Menjelaskan tujuan-tujuan organisasi/perusahaan kepada pihak public.
2. Membantu organisasi/perusahaan mencari solusi dalam menyelesaikan masalah dengan publiknya.

3. Bertindak sebagai fasilitator atau mediator untuk membantu pihak management dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya.
4. Membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (adviser) hingga mengambil tindakan atau keputusan dalam mengatasi masalah dengan public.
5. Menyediakan layanan teknis komunikasi yang pelaksanaannya tergantung pada masing-masing level atau bagian, mulai dari pimpinan sampai bawahan.

b. Menjalin hubungan dengan media.

Adapun yang menjadi indicator menjalin hubungan dengan media, menurut Yosol Iriantara adalah sebagai berikut:

1. Mengenal media

Dalam istilah lainnya disebut mediascape, istilah ini sebenarnya adalah singkatan dari Media dan Landscape, adalah “gambaran yang merepresentasikan pandangan atas pemandangan alam (dataran, lembah, gunung, air, hutan)” . Namun istilah landscape kemudian digunakan juga dalam dunia social untuk menunjukkan sisi-sisi yang menonjol, datar, menukik dari satu fenomena, karena setiap fenomena dayakini hadir dalam benak kita secara tak rata. Ada yang kuat dan lemah, ada yang menonjol dan kurang menonjol, ada yang utama dan kurang utama dan seterusnya. Demikian halnya dengan media, hal ini mirip dengan apa yang

kita lakukan ketika kita punya teman. Teman yang akrab, yang hubungannya baik dengan kita, adalah teman yang kita kenal secara mendalam, bukan hanya kenal nama dan alamatnya saja. Melainkan mengenali juga sifat, kesukaan dan minatnya, misalnya. Jadi bukan sekedar kenal, melainkan ada sisi-sisi yang tak tampak yang dikenali dengan baik.

2. Memenuhi kebutuhan dan keinginan media

Yang menjadi kebutuhan utama media adalah Informasi. Informasi tersebut bisa berupa data dan fakta, bisa juga berupa peristiwa. Tapi tentu, informasi yang dibutuhkan atau diinginkan media tersebut bukan sembarang informasi, melainkan informasi yang mengandung nilai berita. Media membutuhkan informasi yang bisa menarik perhatian public. Karena media memang menyajikan informasi untuk kepentingan public. Titik temu antara organisasi dan media massa adalah karena kedua belah pihak saling membutuhkan. Organisasi memerlukan media sebagai sarana berkomunikasi dengan public, sedangkan media massa membutuhkan organisasi, karena ada informasi atau peristiwa yang patut dan perlu di ketahui.

3. Memosisikan perusahaan dalam relasinya dengan media

Maksudnya adalah, menempatkan media bukan sekedar kawan seiring sejalan dalam pencapaian tujuan organisasi, melainkan mitra penting organisasi. Karena itu mengambil posisi berlawanan dengan media,

sebutlah menjadi “musuh” atau lawan media, tertutup pada media, bukanlah posisi yang baik bila hendak mengembangkan *media relation* yang baik.

H. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun Lokasi dalam penelitian ini, penulis lakukan di PDAM Tirta Siak yang berkantor di Jln. Jend. Sudirman, Nomr. 246, Tangkerang, Pekanbaru.

3. Subjek dan Objek Penelitian

- 1). Subjek penelitian, yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah karyawan, terutama bagian humas pada PDAM Tirta Siak Pekanbaru.
- 2). Objek penelitian, sedangkan yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah peran humas PDAM Tirta Siak dalam menjalin hubungan dengan media.

3. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah bagian humas dan karyawan PDAM Tirta Siak Pekanbaru dan karena jumlahnya banyak, maka penulis mengambil sampel 1 orang kabag humas dan 1 orang kasubag pelayanan. Keduanya memang berkompeten di dalam berhubungan dengan media, artinya, di mana dari ke-2 responden yang dijadikan sampel tersebut memiliki sifat dan

karakter sebagai persyaratan keakurasian data yaitu minimal sudah dua tahun bekerja di bidangnya.

4. Tehnik Pengambilan Data

1). Wawancara

wawancara dilakukan kepada petugas humas yang dilakukan secara tidak terstruktur yaitu merupakan wawancara yang berbeda dengan struktur yang digunakan untuk menentukan informasi yang bukan baku atau informasi tunggal (Moelong, 1998:139).

2). Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung dilapangan untuk memperoleh data subjektif yang berkaitan dengan yang diteliti.

3). Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan dalam melengkapi data-data yang sudah ada.

5. Tehnik Analisa Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik ini menjelaskan dan menggambarkan dengan kalimat tanpa melakukan uji statistic.

I. Sistematika Penulisan

Pada sistematika penulisan dalam penelitian ini, penulis membagi dalam lima bab pembahasan, dimana masing-masing bab dibagi menjadi sub bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan mengenai latar belakang, alasan pemilihan judul, kerangka teoritis, konsep operasional, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan tentang gambaran umum PDAM Tirta Siak Pekanbaru dan Humasnya.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Bab ini berisikan tentang pembahasan permasalahan yang diteliti yaitu tentang :

Peran Publik Relation atau humas PDAM Tirta Siak dalam menjalin hubungan dengan media massa.

BAB IV : ANALISIA DATA

Bab ini menganalisa tentang :

Peran Publik Relation atau humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru dalam menjalin hubungan dengan media massa.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari semua bab-bab sebelumnya dan mengemukakan kesimpulan dan saran sesuai dengan kemampuan penulis.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM TIRTA SIAK PEKANBARU

Pekanbaru sebagai ibukota Propinsi Riau adalah pusat pemerintahan daerah, sekaligus sebagai pemerintahan kota Pekanbaru, yang merupakan kota niaga, jasa, industry, dan pusat perkembangan kebudayaan Melayu. Dari hari-kehari mengalami perkembangan yang pesat dalam bidang ekonomi, social dan budaya dengan pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi, dengan sendirinya kebutuhan hidup, semakin tinggi pula. Tak lepas akan kebutuhan air bersih baik untuk air minum, mandi, cuci dan sebagainya.

Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Siak Pekanbaru sebagai satu-satunya perusahaan public yang memberikan pelayanan air minum kepada masyarakat berupa penyaluran air minum untuk meningkatkan kesejahteraan dan kesehatan masyarakat.

Perusahaan Daerah Air Minum ini didirikan berdasarkan perda No. 2 tahun 1976 dan perda tahun 1988. Pada mula dibawah pengawasan pemerintah daerah tingkat 1 Riau. Namun berdasarkan SK Gubernur Riau No. KPTS 185/V1/97 diserahkan pengelolaannya pada pemerintah tingkat II Pekanbaru, maka sejak tahun 1997, secara resmi PDAM Tirta Siak Pekanbaru berada di bawah pengawasan Pemda Kota Pekanbaru berdasarkan perda Kota Pekanbaru No. 12 tahun 1997(Dokumentasi PDAM Tirta Siak).

B. SISTEM PENYEDIAAN AIR MINUM

B.1. Instalasi Pengolahan Air Minum

Instalasi Pengolahan Air Minum (IPA) PDAM Tirta Siak Pekanbaru sampai akhir tahun 2007 telah memiliki kapasitas terpasang dengan jumlah 620 liter/detik yang terdiri dari:

- a. Unit Pengolahan 1 yang dibangun tahun 1972 oleh Paterson Candi Malaysia, (PCM) kapasitas 200 l/det dengan bak penampung (reservoir) 910 m³ di bangun dari dana APBD tingkat 1 Riau.
- b. Unit pengolahan 11 dibangun tahun 1984 oleh PT. Sumber Tjipta Djaya (STD) kapasitas 80 l/det dengan bak penampung (reservoir) 600 m³ di bangun dari dana APBD.
- c. Unit pengolahan 111 dibangun tahun 1991 oleh PT. Utama Karya (HK) dengan kapasitas 140 L/det dengan bak penampung (reservoir) 2.000 m³, dibiayai dari dana pinjaman dari Departemen Keuangan dan Soft Loan ADB.
- d. Unit pengolahan 1V dibangun tahun 1996 merupakan paket dari Pemerintah Pusat c/q Departemen PU, Dirjen Cipta Karya, kapasitas 20 l/det dengan bak penampung (reservoir) 200 m³ berlokasi di Danau Limbungan Rumbai.
- e. Unit pengolahan V dibangun tahun 2001, dengan mempergunakan dana APBD terdiri dari 4 paket, 40 l/de 1 paket di Tampan kapasitas 160 l/det dilaksanakan oleh PT. Tuah Sekata Pekanbaru dan 1 paket tambahan untuk unit Pengolahan Danau Limbungan Rumbai, kapasitas 20 l/det. Sistim DAF (Dokumentasi PDAM Tirta Siak Pekanbaru).

B.2. Tabel Instalasi Pengolahan Air Minum PDAM Tirta Siak Pekanbaru

| IPA | Dibangun Tahun | Kapasitas Terpasang | Kapasitas Dioprasikan | Lokasi/Sumber Air Baku |
|---------------|----------------|---------------------|-----------------------|------------------------|
| PCM | 1972 | 200 1/dt | 100 1/dt | Tampan/S Siak |
| STD | 1984 | 80 1/dt | 60 1/dt | Tampan/S.Siak |
| HELIKOLOIDAL | 1991 | 140 1/dt | 120 1/dt | Tampan/S.Siak |
| IPA Limbungan | 1996 | 20 1/dt | 15 1/dt | Limbungan/DB |
| IPA Tampan | 2001 | 160 1/dt | 80 1/dt | Tampan/S.Siak |
| IPA Limbungan | 2001 | 20 1/dt | 15 1/dt | Limbungan/DB |
| Jumlah | | 620 1/dt | 390 1/dt | |

Keterangan:

S. Siak : Sungai Siak

DB : Danau Buatan

B.3. Jaringan Pipa Transmisi dan Distribusi

Jaringan Pipa terpasang pada akhir tahun 2009 telah berjumlah 340.000 meter dari 304.871 meter di tahun 2006. Adapun ukuran perpipaan yang dimiliki berdiameter terbesar 700 mm dan terkecil berdiameter 50 mm. Pipa ini sebagian besar dibangun tahun 1073, sehingga secara teknis sudah berumur kurang lebih 30 tahun. Inilah yang menyebabkan kehilangan air yang cukup tinggi kurang lebih 52%. Adapun komposisi perpipaan dapat di lihat di bawah ini.

B.4. Jaringan Pipa Transmisi dan Distribusi

| Uraian | Diameter Pipa (mm) | Jenis Pipa | Panjang Pipa (meter) |
|------------------------------------------|-------------------------|----------------------------------|----------------------------|
| Jaringan Pipa Transmisi (primer) | 375 - 700 300 250 | GRP, PIBER ACP GRP, PIBER | 40.579 6000 1.612 |
| TOTAL | | | 48.191 |
| Jaringan Pipa Distribusi (Skunder) | 200 150 1000 | GRP, ACP PVC, ACP PVC, ACP | 16.368 33.015 55.540 |
| Penambahan | 100 | PVC | 10.000 |
| TOTAL | | | 114.923 |
| Jaringan Pipa Distribusi (Tertier) | 75 50 | PVC, GIV PVC, GIV | 66.589 45.491 |
| Penambahan | 50 | PVC | 64.806 |
| TOTAL | | | 176.886 |
| TOTAL | | | 340.000 |

B.5. Cakupan Pelayanan

Daerah pelayanan mencakup kecamatan-kecamatan yang ada di kota Pekanbaru. Jumlah penduduk di tahun 2009 berjumlah 834.400 jiwa, dengan jumlah sambungan langsung maupun tidak langsung sampai dengan akhir tahun 2009 telah berjumlah 18.136 sambungan, sehingga cakupan pelayanan berkisar 15%, secara rinci dapat dilihat di bawah ini, perkembangan jumlah sambungan dari tahun 2008 s/d 2009 dan per 30 juni 2010.

Jaringan Pipa Transmisi dan Distribusi

Jaringan pipa terpasang pada ahir tahun 2003 telah berjumlah 301.871 meter dari 286.557 meter di tahun 1998. Adapun ukuran perpipaan yang dimiliki Kota Pekanbaru. Jumlah penduduk di tahun 2003 berjumlah 666.902 jiwa dengan jumlah sambungan langsung sampai dengan akhir tahun 2003 berjumlah 20.122 sambungan.

Sumber Air Baku

1. Tahun 2001 – 2005 masih menggunakan air Sungai Siak
2. Tahun 2006 – 2030 mempergunakan air Sungai Kampar

Instalasi Pengolahan

1. Sampai dengan tahun 2005 masih menggunakan IPA PDAM yang lama (620 1/dt).

2. Mulai tahun 2006 IPA dibangun baru dengan sumber air baku dari sungai Kampar dengan kapasitas 1600 l/dt.
3. Tahun 2026 di bangun lagi IPA kapasitas 1700 l/dt, sehingga pada akhir konsensi kasitas menjadi 3300 l/dt tahun 2031.

C. VISI DAN MISI PDAM TIRTA SIAK SERTA TUJUANNYA

Sebagai perusahaan pengelola air minum milik Pemda Pekanbaru, PDAM Tirta Siak Pekanbaru mempunyai visi yaitu, sebagai “perusahaan yang mampu berkembang dan terkemuka di daerah, memiliki manajemen yang professional dan memberikan pelayanan air minum yang sehat bagi masyarakat”. Sedangkan misi yang di emban oleh PDAM Tirta Siak Pekanbaru adalah:

1. Sebagai perusahaan air minum yang sehat, elit dan merakyat
2. Sebagai pusat pendistribusi air bersih
3. Sebagai pengelola dana pemerintah
4. Sebagai sumber pendapatan daerah
5. Sebagai Pembina, pengembang dan pendamping usaha air bersih

Adapun yang menjadi tujuan dari visi dan misi PDAM Tirta Siak Pekanbaru adalah:

1. Untuk membangun dan mengembangkan potensi serta kemampuan menjadi pusat air bersih dan sehat bagi masyarakat pada umumnya.
2. Untuk memberikan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan air bersih yang sehat kepada masyarakat.

Itulah visi dan misi pada PDAM Tirta Siak Pekanbaru demi kelancaran dan kemajuan serta mengembangkan perusahaan yang bergerak pada pengelolaan air minum yang akan datang.

D. DATA PEGAWAI PDAM TIRTA SIAK PEKANBARU

Jumlah Pegawai Tetap

Adapun jumlah pegawai tetap PDAM Tirta Siak hingga awal bulan juli 2010 berjumlah 124 orang, dengan rincian sebagai berikut:

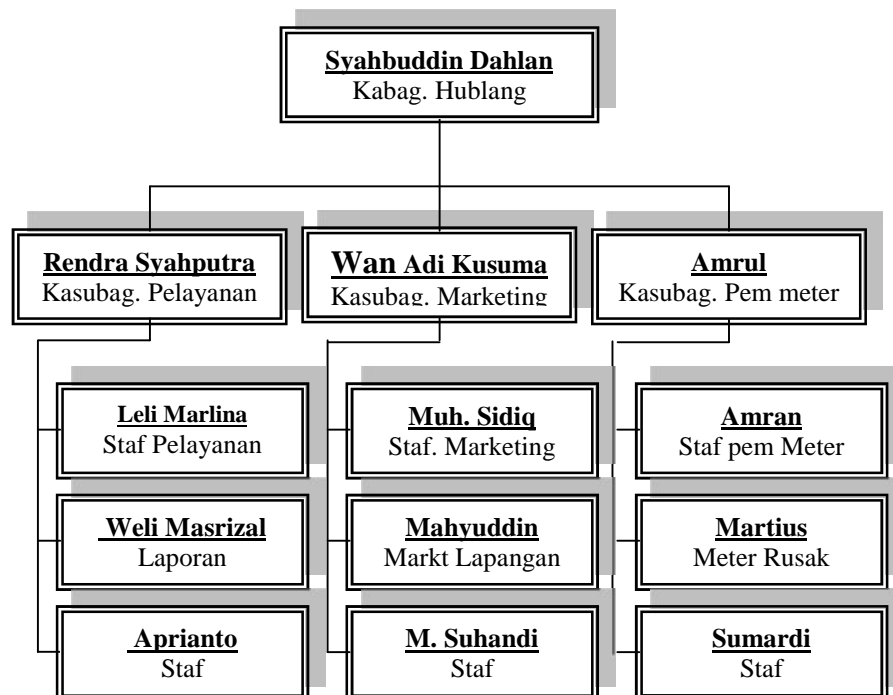
| | | | |
|--------------------------------------|---|-----------------|-----------------------|
| Bagian Umum Personalia | : | 25 | orang |
| Bagian SPI | : | 4 | orang |
| Staf Ahli Direksi | : | 1 | orang |
| Bagian Keuangan | : | 23 | orang |
| Bagian Pelayanan | : | 17 | orang |
| Bagian Teknik Produksi | : | 23 | orang |
| Bagian Teknik Distribusi | : | 12 | orang |
| Bagian Perencanaan | : | 5 | orang |
| Cabang Rumbai | : | <u>14</u> | <u>orang</u> |
| Jumlah | : | 124 | Pegawai Tetap |
| Jumlah pegawai kontrak | : | 7 | Pegawai |
| Harian lepas | : | 4 | Pegawai |
| PNS Pemko yang di perbantukan | : | <u>1</u> | <u>Pegawai</u> |
| Jumlah Pegawai Keseluruhan | : | 136 | Pegawai |

E. STRUKTUR ORGANISASI HUMAS PDAM TIRTA SIAK PEKANBARU

Dalam suatu organisasi maupun perusahaan, struktur memiliki peranan yang sangat penting. karena tanpa adanya organisasi yang baik maka akan sulit menjalankan suatu pekerjaan. Oleh karena itu struktur sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan maupun instansi agar terlaksananya sistem kerja yang baik di dalam suatu organisasi maupun perusahaan yang dipimpin.

Peranan struktur organisasi sangatlah penting agar terciptanya suatu kerja sama yang baik dalam suatu perusahaan. Orang-orang yang menduduki jabatan tinggi tersebut harus dapat menciptakan keadaan atau kondisi dimana adanya saling terikat antara yang dipimpin dengan yang memimpin demi terciptanya kemajuan perusahaan.

Bagan Struktur Hubungan Pelanggan



Sumber: Dokumentasi PDAM Tirta Siak Pekanbaru

BAB III

PENYAJIAN DATA

Penyajian data akan menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan variabel peranan humas dan indikator penelitian, yaitu:

1. Indikator Peranan Hubungan Masyarakat (Humas), meliputi aspek:
 - a) Menjelaskan tujuan-tujuan organisasi/perusahaan kepada pihak publik;
 - b) Membantu organisasi/perusahaan mencari solusi dalam menyelesaikan masalah dengan publiknya; c) Bertindak sebagai fasilitator atau mediator untuk membantu pihak management dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya; d) Membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (*adviser*) hingga mengambil tindakan atau keputusan dalam mengatasi masalah dengan publik; e) Menyediakan layanan teknis komunikasi yang pelaksanaannya tergantung pada masing-masing level atau bagian, mulai dari pimpinan sampai bawahan.
2. Indikator Menjalin Hubungan dengan Media, meliputi aspek: a) Mengenal media; b) Memenuhi kebutuhan dan keinginan media; dan c) Memosisikan perusahaan dalam relasinya dengan media.

A. Peranan Humas PDAM Tirta Siak

Peranan Humas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Pekanbaru dalam menjelaskan tujuan perusahaan kepada publik. Berdasarkan hasil wawancara dengan dua orang, dengan latar belakang masing-masing: 1 orang staf humas dan 1 orang kasubbag pelayanan. Wawancara dilakukan pada hari Senin, tanggal 02 Juli 2010, jam 10:05-11:50,0

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah penulis lakukan dengan Bapak Syahbuddin Dahlan (Kepala Bagian Hublang PDAM Tirta Siak Pekanbaru) dan Bapak Rendra Syahputra (Kepala Bagian Pelayanan PDAM Tirta Siak Pekanbaru) dengan pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah anda ada menjelaskan apa yang menjadi visi dan misi perusahaan kepada masyarakat(pelanggan) ?

Menurut beliau, sebagai humas pihaknya telah menjelaskan visi dan misi serta tujuan perusahaan kepada masyarakat sebagai pelanggan, yaitu untuk memberikan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan air bersih yang sehat kepada masyarakat, serta untuk membangun dan mengembangkan potensi serta kemampuan menjadi pusat air bersih dan sehat bagi masyarakat pada umumnya.

Menurut Bapak Syahbuddin Dahlan:

“Ya, ada. Kami menjelaskan apa yang menjadi tujuan perusahaan, yaitu untuk memberikan pelayanan air minum kepada masyarakat. Hal itu kami sampaikan melalui selebaran-selebaran. Kalau anda masuk ke kantor PDAM, maka anda akan dapat melihat hologram yang bertuliskan seperti yang anda tanyakan.”(wawancara senin, 02 Agustus 2010).

Menurut Bapak Rendra Syahputra:

“Ada. Tim PDAM menjelaskan apa yang menjadi tujuan perusahaan melalui selebaran-selebaran.”(wawancara senin, 02 Agustus 2010).

2. Bagaimanakah anda menjelaskan yang menjadi kebijakan perusahaan kepada masyarakat sebagai pelanggan ?

Sebagaimana wawancara dengan bapak Syahbuddin Dahlan sebagai humas di PDAM tersebut, beliau mengatakan bahwa, perusahaan memang sering mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang hal itu memang harus diketahui baik oleh interen perusahaan maupun ekstern perusahaan, dalam hal ini adalah masyarakat sebagai pelanggan. Untuk menjelaskan hal itu pihaknya bekerja sama dengan media, baik itu media cetak maupun media elektronik.

Menurut Bapak Syahbuddin Dahlan:

“Kami menjelaskan apa yang menjadi keputusan atau kebijakan perusahaan melalui media massa. Baik itu media elektronik maupun media cetak. Contohnya, ketika perusahaan mengeluarkan kebijakan akan kenaikan tariff air untuk pelanggan. Saya yakin anda mendengar itu melalui media. Kami juga biasanya membuat pengumuman yang kami letakkan di papan pengumuman kantor PDAM”. (Wawancara Senin, 02 Agustus 2010).

Menurut Bapak Rendra Syahputra:

“Kami membuat pengumuman di kantor PDAM dan media massa. Baik itu media elektronik maupun media cetak. Misalnya: kebijakan kenaikan tarif.” (Wawancara Senin, 02 Agustus 2010).

Hasil wawancara di atas, menjelaskan bahwa fungsi humas PDAM Tirta Siak, dalam hal menjelaskan yang menjadi kebijakan perusahaan kepada masyarakat

sebagai pelanggan, telah sesuai dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Program Kegiatan Humas PDAM Tirta Siak, yaitu: (1) Melakukan kegiatan kampanye dan edukasi kepada masyarakat mengenai air bersih dan penggunaannya; dan (2) Melakukan kegiatan lain yang sifatnya mensupport kegiatan manajemen perusahaan yang terkait dengan peningkatan citra perusahaan (Observasi, Senin 23 Agustus 2010).

3. Apakah anda membantu perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang terjadi dengan masyarakat ?

Menurut Bapak Syahbudin Dahlan, sebagai karyawan humas di PDAM Tirta Siak Pekanbaru, dirinya sangat membantu pihak perusahaan. Apalagi ketika pihak perusahaan memiliki permasalahan dengan masyarakat sebagai pelanggan. Karena memang pada dasarnya itulah yang menjadi tugasnya sebagai karyawan bagian humas. Contohnya ketika ada laporan tentang pipa bocor, air tidak keluar dan sebagainya.

Menurut Bapak Syahbudin Dahlan

“Jelas membantu. Seperti adanya kebocoran pipa induk, atau kerusakan pompa produksi yang menyebabkan pelanggan tidak mendapat air untuk sementara. Setiap kali ada laporan seperti itu kami langsung memeriksa di lapangan, dan memperbaikinya walaupun terkadang butuh waktu. Tapi yang pasti kami sangat membantu”. (Wawancara Senin, 02 Juli 2010).

Menurut Bapak Rendra Syahputra:

“Membantu, terutama pada saat adanya kebocoran pipa induk, atau kerusakan pompa produksi.” (Wawancara Senin, 02 Juli 2010).

Hal ini sesuai dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Fungsi Utama Humas, yaitu: 1) *Communicator*, sebagai

juru bicara perusahaan, PR berkomunikasi secara intensif melalui media dan kelompok masyarakat; 2) *Relationship*, membina hubungan yang baik dengan seluruh stake holder perusahaan agar tercipta hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan; 3) *Management Back Up*, menunjang kegiatan departemen lain dalam perusahaan seperti bagian pemasaran, operasional, teknik, keuangan, personalia demi terciptanya tujuan bersama, 4) *Good Image Maker*, menciptakan cipta perusahaan dan publisitas positif melalui kegiatan-kegiatan komunikasi yang efektif dan efisien (Observasi, Senin 23 Agustus 2010).

4. Bagaimanakah anda mencari solusi dalam menyelesaikan masalah yang terjadi dengan masyarakat ?

Menurut Bapak Syahbuddin Dahlan, Kabag Hubungan Pelanggan, menjelaskan:

“Pertama sekali kami mencari tahu pokok permasalahan yang terjadi pada masyarakat, kemudian memberikan pemahaman dan penjelasan seputar permasalahan yang terjadi. Apabila permasalahan yang terjadi pada masyarakat misalnya, tidak keluarnya air, maka kami akan memberikan bantuan air melalui armada mobil tangki PDAM”. (Hasil wawancara Senin, 02 Juli 2010).

Sedangkan wawancara dengan Bapak Rendra Syahputra (Kepala Bagian Pelayanan PDAM Tirta Siak Pekanbaru) dengan pertanyaan sebagai berikut:

Ya, solusi diambil sesuai dengan permasalahan yang kami jumpai di masyarakat. Misalnya: masalah keluhan masyarakat pada air yang tidak keluar (Hasil wawancara pada Senin, 02 Juli 2010).

Hasil wawancara di atas tentang solusi dalam menyelesaikan masalah yang terjadi dengan masyarakat oleh divisi humas dan pelayanan PDAM Tirta Siak, terlihat telah melakukan usaha yang sangat relevan dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Program Kegiatan Humas PDAM Tirta Siak, yaitu: membina hubungan yang baik dengan para pelanggan PDAM Tirta Siak melalui kegiatan kunjungan langsung ke sejumlah pelanggan atau melakukan kegiatan “*customer day*” yang bertujuan meningkatkan hubungan baik dengan para pelanggan PDAM Tirta Siak (Observasi, Senin 23 Agustus 2010).

5. Apakah anda membantu pihak manajemen ?

Menurut Bapak Syahbuddin Dahlan apakah humas membantu pihak manajemen?

“Ya, kami jelas membantu pihak management”. (Hasil wawancara dengan. Senin, 02 Juli 2010).

Sedangkan wawancara dengan Bapak Rendra Syahputra, menjelaskan:

“Tentu, karena PDAM adalah perusahaan pelayanan, hingga pelayanan yang kami berikan sangat membantu pihak manajemen. (Hasil wawancara. Senin, 02 Juli 2010).

Hal ini sesuai dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, yang Bertujuan untuk menciptakan citra PDAM Tirta Siak yang positif baik di internal perusahaan maupun di eksternal perusahaan yang pada

akhirnya berdampak pada tercapainya tujuan perusahaan secara umum (Observasi, Senin 23 Agustus 2010).

6. Bagaimanakah anda menyediakan layanan (fasilitator) pihak manajemen untuk mendengar harapan masyarakat ?

Bapak Syahbuddin Dahlan (Humas PDAM Tirta Siak) menjelaskan:

“Sebagai corong perusahaan, humas PDAM Tirta Siak menyediakan ruangan dan bagian khusus yang menangani keluhan pelanggan. Jadi ketika ada terdapat laporan komplain pelanggan, pelanggan bisa langsung datang ke kantor, dan mendatangi bagian pelayanan pelanggan. Disanalah pelanggan bisa menyampaikan apa yang menjadi keluhannya dan apa yang menjadi keinginannya. Disana juga disediakan sarana telepon. Ketika ada pelanggan yang menemukan permasalahan dan kemudian tidak bisa hadir langsung ke kantor PDAM, maka pelanggan bisa langsung menelepon dan menyampaikan apa yang menjadi permasalahannya.” (Hasil wawancara Senin, 02 Juli 2010).

Sedangkan hasil wawancara pada hari yang sama dengan Bapak Rendra Syahputra (Kepala Bagian Pelayanan PDAM Tirta Siak Pekanbaru) menjelaskan:

“Biasanya pelanggan datang sendiri atau terlpn, dan kami menerima keluhan dari masyarakat lewat telepon maupun keluhan langsung ke kantor PDAM.”

Fungsi humas sebagai fasilitator antara PDAM dan masyarakat sesuai dengan penjelasan dalam Ruang Lingkup Tugas Humas yang ditetapkan dalam Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, khususnya membina hubungan keluar (*public eksternal*) adalah Publik umum (masyarakat). Humas harus mampu mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap PDAM Tirta Siak (Observasi, Senin 23 Agustus 2010).

7. Bagaimanakah anda bertindak sebagai mediator atau penengah antara pihak management dengan masyarakat ?

Menurut Bapak Syahbuddin Dahlan, tindakan humas sebagai mediator PDAM dengan masyarakat adalah dengan cara:

“Memberikan pengarahan yang mengutamakan sikap saling memahami dan menyadari. Karena pada dasarnya keduanya itu sama-sama saling memerlukan. Disamping itu juga terdapat prosedur yang berlaku di dalam perusahaan yang harus dilalui. (Berdasarkan wawancara dengan bapak Shahbudin, pegawai humas PDAM Tirta Siak, senin 2 Juli 2010).

Menurut Bapak Rendra Syahputra yang dilakukan pada tanggal 2 Juli 2010

sebagai berikut:

“Sebagai mediator PDAM dan masyarakat, humas mampu menyampaikan aspirasi kedua pihak, baik masyarakat maupun PDAM. Dan kami mempertemukan apa keinginan masyarakat dan apa tujuan dari PDAM Tirta Siak Pekanbaru.”

Pelaksanaan humas sebagai mediator PDAM dan masyarakat sesuai dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Posisi Divisi Humas Dalam Perusahaan yaitu: Mengingat penting dan strategisnya peran humas, maka posisi humas sebaiknya berada langsung di bawah direksi. Humas harus mampu menyampaikan kebijakan pimpinan, sehingga ia harus langsung berada di pihak yang berhubungan dengan pimpinan seluruh jajaran manajemen(Observasi, Senin 23 Agustus 2010).

8. Apakah ada anda membantu pimpinan perusahaan dalam mengambil tindakan atau keputusan dalam mengatasi masalah yang terjadi dengan masyarakat ?

Menurut Bapak Syahbuddin Dahlan, tindakan humas sebagai mediator PDAM dengan masyarakat adalah dengan cara:

“Ya tentu ada, tetapi sebatas usulan yang kami sampaikan kepada pimpinan. Karena pada dasarnya kebijakan tertinggi ada pada pimpinan, maka keputusan terakhir tentu ada pada pimpinan sendiri”(wawancara 2 Juli 2010).

Menurut Bapak Rendra Syahputra wawancara yang dilakukan pada tanggal 2 Juli 2010 sebagai berikut:

“Tentu saja “Ya”, sebagai PDAM di lapangan bagian pelayanan berhadapan langsung dengan masyarakat, biasanya masalah yang sering dikeluhkan masyarakat adalah tentang kebocoran dan pemadaman. Keluhan dan masalah ini biasanya bagian pelayanan langsung mengambil tindakan dan menanganinya langsung.”

Usaha untuk mengambil tindakan atau keputusan dalam mengatasi masalah yang terjadi dengan masyarakat merupakan hal yang dituntut pimpinan bagi divisi humas dan pelayanan, karena divisi ini langsung berhubungan dengan masyarakat. Hal ini sesuai dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Solusi Perusahaan dalam Menghadapi Masalah, yaitu: Divisi/bagian hubungan masyarakat (Humas) yang khusus menangani masalah komunikasi dengan seluruh stake holder perusahaan (Observasi, Senin 23 Agustus 2010).

9. Apakah ada anda menyediakan layanan komunikasi, mulai dari pimpinan sampai bawahan ?

Menurut Kabag Hubungan Pelanggan PDAM Tirta Bapak Syahbuddin

Dahlan dalam wawancara penulis pada tanggal 2 Juni 2010, menjelaskan:

“Pihaknya telah menyediakan layanan komunikasi tersebut. Baik itu komunikasi langsung maupun komunikasi lewat sarana telepon. Karena hal itu menurutnya sangat penting dilakukan demi keberlangsungan pekerjaan masing-masing.”

Sedangkan wawancara dengan Kepala Bagian Pelayanan, Bapak Rendra

Syahputra menjelaskan:

“Ada, kami menyediakan kontrak person untuk pelanggan, jika ada keluhan atau masalah bagi petugas yang ada di lapangan dan masyarakat yang akan menyampaikan keluhannya.”

Hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa melaksanakan tugas humas sudah sesuai dengan tugas humas dalam menyediakan layanan komunikasi, mulai dari pimpinan sampai bawahan. Hal ini terlihat adanya relevansi pelaksanaan tugas dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama pada Program Kegiatan Humas PDAM Tirta Siak, yaitu: Meningkatkan hubungan yang baik dengan seluruh karyawan dan mitra kerja PDAM Tirta Siak melalui kegiatan-kegiatan bersama, seperti: pengajian, family day, atau kegiatan-kegiatan silaturahmi lainnya (Observasi, Senin 23 Agustus 2010).

B. Menjalin hubungan dengan media

Berdasarkan wawancara dengan Kabag Hubungan Pelanggan PDAM Tirta Siak Pekanbaru dan Kabag Pelayanan, diperoleh informasi yang terkait dengan pertanyaan seputar menjalin hubungan dengan media. Lebih jelasnya diuraikan sebagai berikut :

1. Apakah anda mengenal media ?

Menurut Kabag Hubungan Pelanggan:

“Ya, tentu mengenal. Kami selalu menggunakan jasa media dalam menyampaikan informasi perusahaan ataupun yang menjadi kebijakan perusahaan melalui media. Baik itu media elektronik maupun media cetak. Bagaimana mungkin hal itu bisa kami lakukan tanpa kami mengenal media tersebut.”(Hasil wawancara Senin, 2 Juli 2010).

Senada dengan penjelasan Kabag Hubungan Pelanggan, Kabag Pelayanan menjelaskan:

“Mengenal, terutama media cetak misalnya koran, karena hampir setiap informasi yang disampaikan kepada masyarakat menggunakan media ini.”

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa divisi humas dan divisi pelayanan mengetahui dan mengenal media sebagai pendukung dan pelancar kerja divisi ini, ini terlihat dari dijalinnya kerjasama antara PDAM Tirta Siak dengan media cetak dan elektronik. Misalnya Koran Tribun dan RRI Pekanbaru.

2. Sejauh manakah anda mengenal media ?

Sebagaimana yang dituturkan oleh humas PDAM dalam wawancara 2 Juli 2010, sebagai berikut:

“Media merupakan alat atau sarana komunikasi bagi manusia untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat umum, yang dimaksud masyarakat di sini adalah pelanggan PDAM Tirta Siak”.

Menurut Kabag Pelayanan, hasil wawancara pada tanggal 2 Juli 2010, menjelaskan:

“Kami hanya mengenal media sebagai alat untuk menyampaikan informasi dari sumber dalam hal ini pihak PDAM Tirta Siak kepada pihak pelanggan. Sedangkan untuk mengenal lebih jauh itu biasanya ditangani langsung oleh bidang humas.”

Informasi yang diperoleh dari wawancara di atas, maka dapat dijelaskan bahwa divisi humas dan divisi pelayanan sangat mengenal media cetak maupun elektronik sebagai alat dan sarana komunikasi. Sarana ini mampu menyebarkan informasi dari PDAM Tirta Siak kepada masyarakat sebagai pelanggan PDAM.

3. Bagaimanakah anda memahami media ?

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Syahbudin, menjelaskan:

“Media merupakan sarana untuk penyampaian pesan atau informasi yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Karena jangkauan media sangatlah luas, tidak terbatas oleh waktu dan tempat. Dengan adanya jalinan atau hubungan yang baik dengan media maka akan sangat membantu pihak perusahaan dalam meraih kepercayaan masyarakat atau pelanggan. Demikian halnya dalam memberikan informasi yang seakurat mungkin maka akan terciptalah hubungan yang baik (*good will*).

Sedangkan hasil wawancara dengan Kabag Pelayanan, diperoleh informasi:

“Ya, terutama fungsinya sebagai alat dan sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi PDAM kepada pelanggan.”

Informasi yang diperoleh dari wawancara di atas, menjelaskan bahwa divisi humas dan divisi pelayanan sangat memahami media sebagai mitra yang sangat membantu PDAM menyampaikan informasi, karena jangkauan media sangatlah luas, tidak terbatas oleh waktu dalam menyampaikan informasi, sehingga dengan kerjasama tersebut PDAM mampu meraih kepercayaan masyarakat atau pelanggan.

4. Sejauh ini, anda telah menjalin kerjasama dengan media apa saja ?

Menurut hasil wawancara dengan Kabag Hubungan Pelanggan (Bapak Syahbudin) dan Kabag Pelayanan (Bapak Rendra Syahputra) pada Senin, 2 Juli 2010, diperoleh informasi yang senada yang menjelaskan bahwa:

“Kami menjalin kerja sama dengan seluruh media massa, baik itu media elektronik maupun media cetak.

Informasi yang diperoleh dari wawancara di atas, menjelaskan bahwa divisi humas dan divisi pelayanan sangat memahami betapa pentingnya kerjasama dengan media dalam menyampaikan informasi dengan pelanggan. Untuk itu PDAM Tirta Siak mengadakan kerjasama dengan media, baik media cetak, seperti TRIBUN dan media elektronik seperti RRI.

5. Apakah anda memenuhi apa yang dibutuhkan oleh media?

Menurut hasil wawancara dengan Kabag Hubungan Pelanggan diperoleh penjelasan:

“Apa yang dibutuhkan oleh media, seperti informasi selalu kami berikan.”

Sedangkan hasil wawancara dengan Kabag Pelayanan diperoleh informasi:

“Selama ini, setiap informasi yang dibutuhkan oleh media kami berikan”

Informasi yang diperoleh dari wawancara di atas, menjelaskan bahwa divisi humas dan divisi pelayanan dengan media massa saling membutuhkan. Untuk itu pihak membantu kelancaran penyampain infomasi pihak media massa dengan cara memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh media massa.

6. Bagaimana anda memenuhi keinginan media?

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Syahbudin, menjelaskan:

“Pemenuhan keinginan media kami lakukan dengan memberikan informasi yang akurat dan transparan.”

Sedangkan dari Kabang Pelayanan diperoleh penjelasan:

“Biasanya informasi yang dibutuhkan oleh media tentang seputar pematian PDAM sementara ke pelanggan dan mengapa dilakukan pematian. Biasanya kami menjelaskannya secara panjang lebar.”

Informasi yang diperoleh dari wawancara di atas, menjelaskan bahwa divisi humas dan divisi pelayanan bekerjasama dengan media massa dalam penyampaian berita. Kerjasama ini ditunjukan PDAM Tirta Siak dengan memberikan informasi yang akurat dan transparan. Begitu juga dengan media massa, kerjasama dilakukan

dengan cara menyebarkan berita yang sesuai dengan kenyataan dan berita dari sumber yang jelas.

7. Apakah anda pernah merasa dirugikan oleh media

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Syahbudin pada Senin, 2 Juli 2010 diperoleh penjelasan:

“Sebagai humas kami merasa pihak PDAM tidak pernah dirugikan oleh media.”

Penjelasan senada juga diberikan oleh Kabag pelayanan Bapak Rendra Syahputra, yang menjelaskan:

“Selama bekerjasama dengan media, pihak media merupakan patner yang memberi keuntungan bagi PDAM. Diharapkan kerjasama ini memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak.”

Informasi yang diperoleh dari wawancara di atas, menjelaskan bahwa PDAM sangat merasa kerjasama yang terjalin selama ini dengan pihak media massa belum pernah dirugikan oleh pihak media massa. Bahkan kerjasama ini sangat menguntungkan pihak PDAM, karena cepat dan luasnya media massa dalam menyampaikan informasi ke masyarakat terutama pelanggan.

8. Menurut anda, sepenting apakah media bagi suatu organisasi?

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Syahbudin pada Senin, 2 Juli 2010 diperoleh penjelasan:

“Penting sekali, karena jika tidak ada media hubungan antara organisasi dan publik tidak akan berjalan. Setiap kali masyarakat butuh informasi dan menjalin komunikasi, baik sesama masyarakat maupun dengan organisasi dan media massa.”

Senada dengan itu, Kabag Pelayanan menjelaskan:

“Sangat penting, karena tanpa adanya media, organisasi dalam hal ini PDAM akan kesulitan menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan cepat. Terutama untuk menyampaikan informasi pemadaman air sementara karena adanya kerusakan pipa yang tiba-tiba.” (Hasil wawancara Senin, 2 Juli 2010).

Terkait dengan pentingnya media bagi suatu organisasi, maka pelaksanaan tugas humas PDAM sudah sesuai dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Program Kegiatan Humas PDAM Tirta Siak, yaitu: mengkomunikasikan program kerja dan pembenahan kinerja PDAM Tirta Siak kepada publik melalui media massa. Bentuk kegiatannya antara lain: (1) Kunjungan/silaturahmi jajaran manajemen ke kantor media massa; (2) Menggelar acara presstour ke unit pengolahan air bersih dan kantor PDAM Tirta Siak; (3) Secara berkala mengeluarkan press rilis ke media massa; (4) Membuat website yang menjelaskan visi, misi, dan program kerja perusahaan sekaligus media interaksi dengan public (Observasi, Senin 23 Agustus 2010).

9. Bagaimana dengan perusahaan anda? Sejauh mana pentingnya media bagi perusahaan anda?

Menurut hasil wawancara dengan Bapak Syahbudin pada Senin, 2 Juli 2010 diperoleh penjelasan:

“Media dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan kepercayaan publik terhadap perusahaan.”

Senada yang sama juga disampaikan oleh Kabag Pelayanan Bapak Rendra

Syahputra. Menjelaskan bahwa:

“Media salah satu yang sangat mendukung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada masyarakat. Dengan adanya media, perusahaan dapat menyampaikan informasi dengan cepat kepada masyarakat atau pelanggan.”

Informasi yang diperoleh dari wawancara di atas, menjelaskan bahwa PDAM sangat diuntungkan dengan adanya kerjasama ini, karena cepat dan luasnya media massa dalam menyampaikan informasi kemasyarakat terutama pelanggan sehingga dengan kerjasama tersebut PDAM mampu meraih kepercayaan masyarakat atau pelanggan. Akhirnya dapat disimpulkan bahwa secara umum dengan adanya kerjasama PDAM Tirta Siak dengan media massa dapat meningkatkan kinerja PDAM Tirta Siak sebagai perusahaan yang bersifat pelayanan kepada masyarakat.

BAB IV

ANALISA DATA

Bab ini menganalisa lebih lanjut dari data yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Analisa ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara menggambarkan data yang ada dan menganalisisnya sesuai dengan data yang diperoleh di lapangan. Analisa data dalam penelitian ini diuraikan sesuai dengan indikator penelitian, yaitu: (1) Indikator Peranan Hubungan Masyarakat (Humas); dan (2) Indikator Menganalisa Menjalinkan Hubungan dengan Media.

A. Peranan Humas PDAM Tirta Siak

Analisa data tentang Peranan Hubungan Masyarakat (Humas) Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Pekanbaru meliputi aspek: a) Menjelaskan tujuan-tujuan organisasi/perusahaan kepada pihak publik; b) Membantu organisasi/perusahaan mencari solusi dalam menyelesaikan masalah dengan publiknya; c) Bertindak sebagai fasilitator atau mediator untuk membantu pihak management dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya; d) Membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (*adviser*) hingga mengambil tindakan atau keputusan dalam mengatasi masalah dengan publik; e) Menyediakan layanan teknis komunikasi yang pelaksanaannya tergantung pada masing-masing level atau bagian, mulai dari pimpinan sampai bawahan.

Analisa Peranan Humas Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Bapak Syahbuddin Dahlan (Kepala Bagian Hublang PDAM Tirta Siak Pekanbaru) dan Bapak Rendra Syahputra (Kepala Bagian Pelayanan PDAM Tirta Siak Pekanbaru) dengan pertanyaan sebagai berikut:

1. Peranan Humas PDAM Tirta Siak Menjelaskan Apa yang menjadi Visi Dan Misi Perusahaan kepada Masyarakat (Pelanggan)

Visi PDAM Tirta Siak Pekanbaru adalah “ menjadi perusahaan yang mampu berkembang dan terkemuka di daerah, memiliki manajemen yang professional dan memberikan pelayanan air minum yang sehat bagi masyarakat”. Sedangkan misinya adalah: (1) Sebagai perusahaan air minum yang sehat, elit dan merakyat; (2) Sebagai pusat pendistribusi air bersih; (3) Sebagai pengelola dana pemerintah; (4) Sebagai sumber pendapatan daerah; dan (5) Sebagai Pembina, pengembang dan pendamping usaha air bersih. Untuk mencapai visi dan misi, PDAM Tirta Siak Pekanbaru mempunyai tujuan sebagai berikut: (1) Untuk membangun dan mengembangkan potensi serta kemampuan menjadi pusat air bersih dan sehat bagi masyarakat pada umumnya; dan (2) Untuk memberikan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan air bersih yang sehat kepada masyarakat.

Untuk mencapai visi, misi, dan tujuan di atas maka Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru memiliki tugas. Menurut Bapak Syahbuddin Dahlan (Kepala Bagian Hublang PDAM Tirta Siak Pekanbaru) dan Bapak Rendra Syahputra (Kepala Bagian

Pelayanan PDAM Tirta Siak Pekanbaru) pada wawancara senin, 02 Agustus 2010, menjelaskan bahwa humas bertugas untuk memberikan pelayanan air minum kepada masyarakat melalui selebaran-selebaran dan hologram yang bertuliskan di kantor PDAM.

Penjelasan ini menyimpulkan bahwa tugas dari humas adalah perpanjangan tangan untuk menyampaikan visi, misi, dan tujuan PDAM Tirta Siak kepada masyarakat. Sehubungan dengan tugas humas terhadap pencapaian visi, misi dan tujuan perusahaan, menurut pakar Humas Internasional, Cutlip & Centre, and Canfield (1982) dalam Rosady Ruslan (1998:19), menjelaskan fungsi *public relations*, salah satunya adalah Menunjang hubungan utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi).

2. Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Menjelaskan yang Menjadi Kebijakan Perusahaan kepada Masyarakat sebagai Pelanggan

Kebijakan perusahaan merupakan keputusan yang dibuat oleh pihak pimpinan perusahaan untuk disampaikan kepada pihak yang terkait dengan perusahaan tersebut, dalam hal ini adalah pegawai atau pelanggan.

Sebagaimana wawancara dengan Bapak Syahbuddin Dahlan sebagai Kabag Humas Pelanggan dan Bapak Rendra Syahputra sebagai Kabag Pelayanan (Wawancara Senin, 02 Agustus 2010) menjelaskan, perusahaan memang sering mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang harus disampaikan pada interen perusahaan maupun ekstern perusahaan (masyarakat/pelanggan). Contohnya, ketika perusahaan

mengeluarkan kebijakan akan kenaikan tariff air untuk pelanggan. Untuk itu humas biasanya membuat pengumuman yang kami letakkan di papan pengumuman kantor PDAM atau bekerja sama dengan media cetak maupun media elektronik.

Dengan demikian fungsi humas PDAM Tirta Siak dalam hal menjelaskan kebijakan perusahaan kepada masyarakat sebagai pelanggan, telah sesuai dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Program Kegiatan Humas PDAM Tirta Siak, yaitu: (1) Melakukan kegiatan kampanye dan edukasi kepada masyarakat mengenai air bersih dan penggunaannya; dan (2) Melakukan kegiatan lain yang sifatnya mensupport kegiatan manajemen perusahaan yang terkait dengan peningkatan citra perusahaan.

Terkait dengan tugas humas untuk menjelaskan yang menjadi kebijakan perusahaan kepada masyarakat sebagai pelanggan, pakar Humas Internasional, Cutlip & Centre, and Canfield (1982) dalam Rosady Ruslan (1998:19), menjelaskan dalam hal ini *public relations* berfungsi untuk “Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak”.

Senada dengan itu Frank Jefkins (2005:28) menjelaskan, tugas manajer humas adalah menyediakan berbagai informasi kepada khalayak, perihal kebijakan organisasi, kegiatan, produk, jasa dan personalia selengkap mungkin demi menciptakan suatu pengetahuan yang maksimal dalam rangka menjangkau pengertian khalayak.

3. Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Membantu Perusahaan Menyelesaikan Masalah yang Terjadi dengan Masyarakat

Menurut Rosady Ruslan (1998:23), Humas memiliki peran dua arah, yaitu perorientasi ke dalam dan ke luar. Hasil wawancara pada tanggal 2 Juli 2010 dengan Bapak Syahbudin Dahlan dan Bapak Rendra Syahputra, diperoleh informasi karyawan humas di PDAM Tirta Siak Pekanbaru, sangat membantu pihak perusahaan untuk mengetahui dan menyelesaikan permasalahan dengan masyarakat sebagai pelanggan, misalnya adanya kebocoran pipa induk, atau kerusakan pompa produksi yang menyebabkan pelanggan tidak mendapat air untuk sementara. Setiap kali ada laporan seperti itu kami langsung memeriksa di lapangan, dan memperbaikinya walaupun terkadang butuh waktu.

Hal ini sesuai dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Fungsi Utama Humas, yaitu: *Communicator*, *Relationship*, *Management Back Up*, dan *Good Image Maker*.

4. Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Mencari Solusi dalam Menyelesaikan Masalah yang Terjadi dengan Masyarakat

Tidak ada masalah yang tidak punya solusi, selagi berusaha untuk mencari solusinya pasti masalah tersebut dapat diselesaikan. Salah satu usaha untuk menyelesaikan masalah adalah mencari tahu pokok permasalahannya. selagi berusaha untuk menyelesaikan masalah.

Menurut Bapak Syahbuddin Dahlan, Kabag Hubungan Pelanggan dan Bapak Rendra Syahputra (Kepala Bagian Pelayanan PDAM Tirta Siak Pekanbaru) untuk mencari solusi suatu masalah pertama sekali cari tahu pokok permasalahan yang terjadi pada masyarakat, kemudian memberikan pemahaman dan penjelasan seputar permasalahan yang terjadi. Apabila permasalahan yang terjadi pada masyarakat misalnya, tidak keluarnya air. Maka pihak PDAM memberi solusi dengan memberikan bantuan air melalui armada mobil tangki PDAM.

Dengan demikian PDAM telah mendapat solusi dalam menyelesaikan masalah yang terjadi dengan masyarakat. Usaha ini yang sangat relevan dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Program Kegiatan Humas PDAM Tirta Siak, yaitu: membina hubungan yang baik dengan para pelanggan PDAM Tirta Siak melalui kegiatan kunjungan langsung ke sejumlah pelanggan atau melakukan kegiatan “*customer day*” yang bertujuan meningkatkan hubungan baik dengan para pelanggan PDAM Tirta Siak.

Terkait dengan mencari solusi terhadap masalah yang dikemukakan pelanggan, Cutlip & Centre, and Canfield (1982) dalam Rosady Ruslan (1998:19), menjelaskan hal ini terkait dengan fungsi *public relations* sebagai: (1) Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran; (2) Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya; dan (3) Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran kepada pemimpin manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.

5. Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Membantu Pihak Manajemen

Sesuai dengan fungsinya yang sangat strategis yang menghubungkan antara perusahaan/organisasi dan pelanggann, maka humas sangat membantu pihak manajemen. Hasil wawancara dengan Bapak Syahbuddin Dahlan dan Bapak Rendra Syahputra yang dilakukan pada Senin, 02 Juli 2010, diperoleh informasi sebagai perusahaan pelayanan PDAM Tirta Siak sangat membantu pihak manajemen, sehingga dalam Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, yang Bertujuan untuk menciptakan citra PDAM Tirta Siak yang positif baik di internal perusahaan maupun di eksternal perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada tercapainya tujuan perusahaan secara umum.

Terkait dengan itu M. Lingga Anggoro (2001: 104) menjelaskan bahwa perlunya departemen Humas di perusahaan atau organisasi. Seandainya saja keperluan-keperluan kehumasan dirasakan semakin besar maka perusahaan itu tidak akan menunjuk suatu biro humas di luar, melainkan ia akan membangun suatu departemen, unit atau lembaga kehumasan internal (menjadi salah satu bagiannya atau yang berada di dalam lingkungan itu sendiri). Hal ini yang melatarbelakangi didirikannya divisi humas pada PDAM Tirta Siak pada 2 tahun yang lalu.

6. Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Menyediakan Layanan (Fasilitator) Pihak Manajemen untuk Mendengar Harapan Masyarakat

Ada beberapa cara yang diusahakan oleh humas untuk memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Salah satunya adalah dengan memberikan fasilitas bagi pelanggan untuk menyampaikan masalahnya. Menurut Bapak Syahbuddin Dahlan

(Humas PDAM Tirta Siak) dan Bapak Rendra Syahputra (Kepala Bagian Pelayanan PDAM Tirta Siak Pekanbaru) yang dilakukan wawancara pada Senin, 2 Juli 2010, dapat disimpulkan bahwa: sebagai fasilitator perusahaan, humas PDAM Tirta Siak menyediakan ruangan dan bagian khusus yang menangani keluhan pelanggan. Jadi ketika ada terdapat laporan komplain pelanggan, pelanggan bisa langsung datang ke kantor, dan mendatangi bagian pelayanan pelanggan. Disanalah pelanggan bisa menyampaikan apa yang menjadi keluhannya dan apa yang menjadi keinginannya. Disana juga disediakan sarana telepon. Ketika ada pelanggan yang menemukan permasalahan dan kemudian tidak bisa hadir langsung ke kantor PDAM, maka pelanggan bisa langsung menelepon dan menyampaikan apa yang menjadi permasalahannya

Untuk melaksanakan fungsinya sebagai fasilitator, humas PDAM Tirta Siak berdasarkan pada tugasnya yang terdapat dalam Ruang Lingkup Tugas Humas yang ditetapkan dalam Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, khususnya membina hubungan keluar (*public eksternal*) adalah Publik umum (masyarakat). Humas harus mampu mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap PDAM Tirta Siak.

Senada dengan fungsi humas eksternal, M. Linggar Anggoro (2001:130) menjelaskan, humas eksternal adalah segenap kegiatan humas yang diarahkan pada khalayak di luar perusahaan (masyarakat, agen, konsumen, pemerintah dan sebagainya).

7. Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Bertindak sebagai Mediator atau Penengah Antara Pihak Management dengan Masyarakat ?

Menurut Frank Jefkins (2005:29) mengemukakan seorang humas yang bertindak sebagai mediator atau penengah antara pihak management dengan masyarakat harus memiliki syarat-syarat, diantaranya adalah: (1) harus mampu menciptakan jalur-jalur komunikasi internal (ia mengenal orang pada organisasi, dan setiap orang juga mengenalnya) serta mampu memperoleh kepercayaan dari semua orang. Sehingga ia bisa memperoleh informasi dari siapa saja, dan setiap orang juga mempercayai informasi yang ia sampaikan; (2) Mampu menciptakan jalur-jalur komunikasi eksternal. Artinya, ia dikenal oleh publik sekaligus dipercaya sebagai sumber informasi yang handal. Jalur-jalur komunikasi eksternal tersebut sangat diperlukan sebagai sumber informasi karena setiap organisasi memerlukan sebanyak mungkin sumber informasi eksternal yang dapat diandalkan; (3) Humas harus mampu mendukung pihak manajemen agar mereka senantiasa siap menghadapi wawancara, memberi pidato atau sambutan resmi, serta tampil di muka publik. M. Linggar Anggoro (2001:111) menambah, seorang humas salah satu memiliki syarat

Hasil wawancara dengan Bapak Syahbuddin Dahlan pada Senin, 2 juli 2010, dapat disimpulkan bahwa: tindakan humas sebagai mediator PDAM dengan masyarakat adalah dengan cara memberikan pengarahan yang mengutamakan sikap saling memahami dan menyadari. Karena pada dasarnya keduanya itu sama-sama saling memerlukan. Disamping itu juga terdapat prosedur yang berlaku di dalam

perusahaan yang harus dilalui. (Berdasarkan wawancara dengan Bapak Shahbudin, pegawai humas PDAM Tirta Siak, senin 2 Juli 2010). Senada dengan itu Bapak Rendra Syahputra memberi informasi humas adalah mediator PDAM dan masyarakat, karena humas mampu menyampaikan aspirasi kedua pihak, baik masyarakat maupun PDAM Tirta Siak Pekanbaru.

Pelaksanaan humas sebagai mediator PDAM Tirta Siak dengan masyarakat sudah berjalan dengan baik karena sesuai dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Posisi Divisi Humas Dalam Perusahaan yaitu: humas memiliki peran penting dan strategis di dalam PDAM Tirta Siak, maka posisi humas sebaiknya berada langsung di bawah direksi. Humas harus mampu menyampaikan kebijakan pimpinan, sehingga ia harus langsung berada di pihak yang berhubungan dengan pimpinan seluruh jajaran manajemen.

Sehubungan dengan tugas utama humas itu M. Linggar Anggoro (2001:110) menjelaskan, tugas humas dapat berupa: (1) Memantau pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan, reputasi maupun kepentingan-kepentingan organisasi, menyampaikan setiap informasi yang penting ini langsung kepada pihak manajemen atau pimpinan puncak untuk ditanggapi atau ditindaklanjuti; (2) Memberi nasehat atau masukan kepada pihak manajemen mengenai berbagai masalah komunikasi yang penting, berikut dengan berbagai teknik untuk mengatasi dan memecahkannya.

8. Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Membantu Pimpinan Perusahaan dalam Mengambil Tindakan atau Keputusan dalam Mengatasi Masalah yang Terjadi dengan Masyarakat

Humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan setiap organisasi, baik organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang nonkomersial. Kebutuhan akan humas tidak bisa dicegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif (M. Linggar Anggoro, 2001:1). Salah satu fungsi humas sebagai penentu organisasi adalah tindakan humas sebagai mediator.

Menurut Bapak Syahbuddin Dahlan (wawancara 2 Juli 2010) tindakan humas sebagai mediator PDAM dengan masyarakat dilakukan dengan cara “Membantu pimpinan perusahaan dalam mengambil tindakan atau keputusan dalam mengatasi masalah yang terjadi dengan masyarakat, tetapi sebatas usulan yang kami sampaikan kepada pimpinan. Karena pada dasarnya kebijakan tertinggi ada pada pimpinan, maka keputusan terakhir tentu ada pada pimpinan sendiri”. Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Bapak Rendra Syahputra “Humas khususnya bagian pelayanan sebagai PDAM di lapangan bagian pelayanan berhadapan langsung dengan masyarakat, biasanya masalah yang sering dikeluhkan masyarakat adalah tentang kebocoran dan pemadaman. Keluhan dan masalah ini biasanya bagian pelayanan langsung mengambil tindakan dan menanganinya langsung.” Hal ini sesuai dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Solusi Perusahaan dalam Menghadapi Masalah, yaitu: Divisi/bagian hubungan masyarakat (Humas) yang khusus menangani masalah komunikasi dengan seluruh stake holder perusahaan.

Untuk memperkuat pernyataan di atas hasil pertemuan asosiasi humas di seluruh dunia di Mexico City (1978) yang dikutip oleh M. Linggar Anggoro (2001:2) menjelaskan humas adalah suatu segi sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatannya, member masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayak.

9. Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Menyediakan Layanan Komunikasi, Mulai dari Pimpinan Sampai Bawahan

Menurut M. Linggar Anggoro (2001:106) seorang pejabat humas selalu menghadapi banyak pihak, mulai dari kalangan dalam seperti staf, anggota atau pegawai organisasi itu sendiri, hingga ke kalangan luar seperti para agen, perantara, konsumen dan sebagainya. Seorang humas harus tahu benar tentang segala seluk beluk organisasi dan mampu mewakilinya dalam berbagai kesempatan.

Menurut Kabag Hubungan Pelanggan PDAM Tirta Bapak Syahbuddin Dahlan (wawancara 2 Juni 2010), menjelaskan “Humas telah menyediakan layanan komunikasi tersebut. Baik itu komunikasi langsung maupun komunikasi lewat sarana telepon, karena hal itu menurutnya sangat penting dilakukan demi keberlangsungan pekerjaan masing-masing.” Informasi yang sama juga disampaikan oleh Kepala Bagian Pelayanan, Bapak Rendra Syahputra menjelaskan “Pihak pelayanan

menyediakan kontrak person untuk pelanggan, jika ada keluhan atau masalah bagi petugas yang ada di lapangan dan masyarakat yang akan menyampaikan keluhannya.” Hal ini terlihat adanya relevansi pelaksanaan tugas dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama pada Program Kegiatan Humas PDAM Tirta Siak, yaitu: Meningkatkan hubungan yang baik dengan seluruh karyawan dan mitra kerja PDAM Tirta Siak melalui kegiatan-kegiatan bersama, seperti: pengajian, family day, atau kegiatan-kegiatan silaturahmi lainnya.

M. Linggar Anggoro (2001:106) lebih lanjut menjelaskan humas harus secara dekat dan kontinu dengan semua orang dalam organisasinya. Kedekatan itu sedemikian penting sehingga ini merupakan alasan pokok mengapa suatu perusahaan atau organisasi harus mengandalkan dan berstandar kepada biro atau lembaga kehumasan internal.

B. Menjalin hubungan dengan media

Analisa data pada indikator menjalin hubungan dengan media, pada penelitian ini membahas tentang aspek: a) Mengenal media; b) Memenuhi kebutuhan dan keinginan media; dan c) Memosisikan perusahaan dalam relasinya dengan media. Analisa data dilakukan berdasarkan wawancara dengan Kabag Hubungan Pelanggan PDAM Tirta Siak Pekanbaru dan Kabag Pelayanan, diperoleh informasi yang terkait dengan pertanyaan seputar menjalin hubungan dengan media, meliputi:

1. Kemampuan Humas PDAM Tirta Siak dalam Mengenal Media

M. Linggar Anggoro (2001:132-133) menjelaskan dalam era globalisasi yang diawali dengan pesatnya perkembangan teknologi, meningkatnya arus informasi dan komunikasi, meningkatnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat serta semakin tumbuhnya kelompok kelas menengah dan lembaga-lembaga swadaya masyarakat, dunia usaha harus menghadapi berbagai masalah dan persoalan yang tidak pernah terjadi sebelumnya. Untuk mengatasi kasus-kasus semacam itu, pimpinan perusahaan akan banyak mengharapkan bantuan dari praktisi humas yang biasa menangani permasalahan yang banyak berkaitan dengan opini publik. Berkenan dengan itu, salah satu kemampuan penting yang harus dikuasai oleh praktisi humas adalah menjalin hubungan baik dengan kalangan media massa.

Kabag Hubungan Pelanggan menjelaskan (wawancara Senin, 2 Juli 2010) “Humas tentu mengenal dan selalu menggunakan jasa media dalam menyampaikan informasi perusahaan ataupun yang menjadi kebijakan perusahaan melalui media. Baik itu media elektronik maupun media cetak. Bagaimana mungkin hal itu bisa kami lakukan tanpa kami mengenal media tersebut”. Senada dengan penjelasan Kabag Hubungan Pelanggan, Kabag Pelayanan menjelaskan “Mengenal, terutama media cetak misalnya koran, karena hampir setiap informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat menggunakan media ini.”

Untuk memperkuat penjelasan di atas Tony Greener (2002:23), menjelaskan media merupakan jalur terpenting kegiatan humas (PR). Meskipun kata itu sering kali

hanya dipakai mengacu kepada penyiaran komunikasi metode modern melalui televisi dan radio, bagi kebanyakan humas kata ini mengacu kepada seluruh wilayah kerja wartawan, yaitu: surat kabar, majalah, dan selebaran, serta berbagai majalah berkala.

2. Sejauh Kemampuan Humas PDAM Tirta Siak dalam Mengenal Media

Tony Greener (2002:23) menjelaskan, untuk membina hubungan yang baik dengan media, humas harus mengetahui sifat media. Jika tidak, akan sulit mencapai tujuan dan humas hanya akan membuang-buang waktu dan uang. Target humas adalah mengidentifikasi macam media yang mencapai masyarakat yang dituju dan mempunyai keinginan untuk menuliskan berita tentang perusahaan humas.

Sebagaimana yang dituturkan oleh humas PDAM (wawancara 2 Juli 2010) “Media merupakan alat atau sarana komunikasi bagi manusia untuk menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat umum, yang dimaksud masyarakat di sini adalah pelanggan PDAM Tirta Siak”. Hal yang sama juga disampaikan Kabag Pelayanan “Kami hanya mengenal media sebagai alat untuk menyampaikan informasi dari sumber dalam hal ini pihak PDAM Tirta Siak kepada pihak pelanggan. Sedangkan untuk mengenal lebih jauh itu biasanya ditangani langsung oleh bidang humas.”

Terkait dengan mengenal media Yosol Iriantara (2005: 153), menjelaskan humas hendaknya tidak melupakan pentingnya membangun relasi fungsional dengan media

massa sebagai institusi yang memiliki kemampuan untuk berkomunikasi dengan khalayak.

3. Kemampuan Humas PDAM Tirta Siak dalam Memahami Media

Dalam memahami media massa Yosai Iriantara (2005: 154), menjelaskan hal yang penting bagi praktisi humas (PR) adalah mengetahui bagaimana cara kerja media. Cara kerja media disini bukan hanya yang berkenaan dengan proses media massa memproduksi isi media massa seperti yang kita ikuti, tapi juga bagaimana produk media massa itu dipersepsi oleh khalayak. Mengetahui proses produksi ini penting untuk menyelaraskan tindakan yang dilakukan praktisi humas dengan keseluruhan proses produksi isi media massa. Sedangkan mengetahui bagaimana itu itu dipersepsi khalayak penting untuk menduga dampak yang akan timbul, khususnya pada publik yang menjadi target sasaran.

Menurut Bapak Syahbudin menjelaskan “Media merupakan sarana untuk penyampaian pesan atau informasi yang sangat penting bagi suatu perusahaan. Karena jangkauan media sangatlah luas, tidak terbatas oleh waktu dan tempat. Dengan adanya jalinan atau hubungan yang baik dengan media maka akan sangat membantu pihak perusahaan dalam meraih kepercayaan masyarakat atau pelanggan. Demikian halnya dalam memberikan informasi yang seakurat mungkin maka akan terciptalah hubungan yang baik (*good will*). Hal senada juga disampaikan Kabag Pelayanan “Media terutama berfungsi sebagai alat dan sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi PDAM kepada pelanggan.”

Yosal Iriantara (2005: 154) lebih lanjut menjelaskan, satu hal penting yang diketahui oleh praktisi humas (PR) adalah media massa bekerja untuk menjalankan fungsinya sebagai:

- a. Menginformasikan. Media massa menyebarluaskan informasi kepada masyarakat, misalnya berita atau pengumuman.
- b. Mengawasi. Media massa menyampaikan informasi yang mengawasi masyarakat, yang biasa dinamakan fungsi kontrol, misalnya menyiarkan informasi yang menunjukkan kekeliruan atau kesalahan yang terjadi di tengah masyarakat.
- c. Mendidik. Media massa menyampaikan materi pendidikan kepada masyarakat, misalnya mendidik masyarakat cara menghemat air.

4. Kemampuan Humas PDAM Tirta Siak dalam dalam Menjaln Kerjasama Dengan Media Apa Saja

Frank Jefkins (2007: 92-93) menjelaskan, studi media merupakan kegiatan yang sangat vital bagi para praktisi humas (PR), maka studi mediapun harus dijadikan sebagai suatu proses yang berkelanjutan tanpa henti. Oleh karena itu para praktisi humas harus memberikan perhatian ekstra untuk studi ini, karena media baik untuk kegiatan-kegiatan humas.

Menurut Kabag Hubungan Pelanggan (Bapak Syahbudin) dan Kabag Pelayanan (Bapak Rendra Syahputra) (wawancara Senin, 2 Juli 2010), diperoleh informasi “Humas dan pelayanan menjalin kerja sama dengan seluruh media massa, baik itu media elektronik maupun media cetak”.

Tony Greener (2002:23) menjelaskan, surat kabar adalah media yang paling permulaan dihubungi, yang hampir merupakan bentuk publikasi masyarakat yang paling mapan dan tradisional. Lebih lanjut Tony Greener menjelaskan surat kabar dapat dibagi dalam dua kelompok utama, yaitu: surat kabar berskala nasional dan setempat/lokal, namun masyarakat membaca lebih banyak halaman surat kabar setempat/local daripada surat kabar nasional, karena mereka lebih akrab dengan sebagian yang mereka baca. Untuk itu PDAM Tirta Siak menggunakan Koran lokal untuk menyampaikan informasi kepada pelanggannya. Lebih jelasnya contoh informasi PDAM yang disampaikan kepada pelanggan melalui Koran dapat dilihat pada lampiran.

Selain Koran bentuk media yang digunakan oleh PDAM Tirta Siak adalah media elektronik (radio). Tony Greener (2002:32) menjelaskan penyiaran saat ini adalah satu-satunya media terpenting pengubah cara berpikir manusia. Sebagian karena kekuatannya dan sebagian lagi karena penyiaran merupakan media yang menarik. Lebih lanjut Tony Greener (2002:33) menjelaskan radio lokal dianggap sama pentingnya dengan surat kabar lokal bagi orang-orang humas, karena tidak hanya menjangkau orang yang tinggal di rumah, tetapi juga didengar oleh pengemudi kendaraan, terutama orang bisnis yang pergi atau pulang dari kantor, pangsa pasar remaja, dan orang-orang yang telah pensiun.

5. Kemampuan Humas PDAM Tirta Siak dalam Memenuhi Apa Yang Dibutuhkan Oleh Media

Menurut Frank Jefkins (2007: 113) menjelaskan hubungan pers (*press relations*) adalah usaha untuk mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu peran atau informasi PR dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Kabag Hubungan Pelanggan dan Kabag Pelayanan diperoleh informasi “Apa yang dibutuhkan oleh media, seperti informasi selalu kami berikan.” Menurut Frank Jefkins (2007: 118) menjelaskan setiap praktisi humas/PR selalu berusaha menyiarkan berita, dan setiap pesan atau artikel harus dinilai kelaikan beritanya sebelum dimuat. Berita adalah informasi yang belum diketahui oleh pihak penerimanya.

Frank Jefkins (2007: 118) lebih lanjut menjelaskan kelaikan berita berarti bahwa informasi yang hendak dimuat di media massa harus mampu menarik minat para pembaca (permisa atau pendengar, untuk media televisi dan radio) dan oleh karena itu layak dipublikasikan. Standar ini harus senantiasa diperhatikan oleh setiap praktisi humas/PR yang hendak mempublikasikan berita atau pesan-pesan humas/PR. Humas/PR harus menguji kelaikan berita dari suatu siaran berita, artikel, atau gambar-gambar (foto) yang hendak dipublikasikan sebelum benar-benar diserahkan ke media massa.

6. Kemampuan Humas PDAM Tirta Siak dalam Memenuhi Keinginan Media

Untuk menyiarkan suatu berita haruskan memenuhi kelaikan dan memiliki ketentuan-ketentuan yang berlaku atau standar. Menurut Bapak Syahbudin, PDAM Tirta Siak untuk menginformasikan berita melalui media “Memenuhi keinginan

humas melakukan dengan memberikan informasi yang akurat dan transparan.” Hal yang sama juga disampaikan oleh Kabang Pelayanan diperoleh penjelasan “Biasanya informasi yang dibutuhkan oleh media tentang seputar pematian PDAM sementara ke pelanggan dan mengapa dilakukan pematian. Biasanya kami menjelaskannya secara panjang lebar.”

Menurut Frank Jefkins (2007: 122), standar yang digunakan dalam rumus merupakan standar yang dianut oleh para editor. Dalam bahasa aslinya (bahasa Inggris) rumus tersebut lebih dikenal dengan akronomi SOLAADS, dengan rincian sebagai berikut:

- a. Subjek (*subject*), apa yang dituturkan oleh cerita?
- b. Organisasi (*organisation*), apa nama organisasi yang bersangkutan atau berkepentingan.
- c. Lokasi (*lacion*), dimana organisasi itu berlokasi?
- d. Keunggulan (*advantages*), apa yang baru?, serta apa pula manfaatnya?
- e. Penerapan (*application*), apa saja kegunaan atau manfaatnya, siapa pengguna atau pihak-pihak yang dapat memanfaatkannya?
- f. Rincian (*details*), berapa ukurannya, apa warnanya, berapa harganya, bagaimana bentuk atau penampilannya (dan berbagai hal rinci lainnya)?.
- g. Sumber (*source*), dimana produk di bisa diperoleh? Jika tidak ada lokasi khusus, maka sumber yang dipakai adalah alamat kantor pusat organisasi.

7. Manfaat Kerjasama Humas PDAM Tirta Siak dengan Media

Menurut Yosol Iriantara (2005: 155) menjelaskan, Media memiliki kewajiban moral memberikan pelayanan publik. Informasi yang sifatnya perwujudan dari layanan sosial, yang informasinya berkenan dengan kepentingan publik akan mendapat perhatian dari media massa.

Menurut Bapak Syahbudin (wawancara Senin, 2 Juli 2010) diperoleh penjelasan “Sebagai humas kami merasa pihak PDAM tidak pernah dirugikan oleh media.” Informasi yang sama juga diperoleh dari Kabag pelayanan Bapak Rendra Syahputra “Selama bekerjasama dengan media, pihak media merupakan patner yang memberi keuntungan bagi PDAM. Diharapkan kerjasama ini memberikan keuntungan kepada kedua belah pihak.”

Sehubungan dengan kerjasama humas PDAM dan media, maka ada hal yang penting diketahui oleh praktisi humas/PR adalah prinsip kerja media massa. Sejumlah ahli komunikasi (dalam Yosol Iriantara, 2005: 155-156) mengemukakan prinsip kerja media massa yang kemudian dikenal sebagai prinsip kerja media massa, diantaranya adalah:

- a. Media massa menyajikan kenyataan dengan cara tertentu, karena itu media massa bukan mencerminkan (merefleksikan) kenyataan melainkan menyajikan kembali (mempresentasikan) kenyataan dengan cara tertentu yang membuat kenyataan itu menjadi lebih menarik.
- b. Media massa itu membentuk kenyataan, karena media massa memberikan bahan pada diri kita untuk menggambarkan kenyataan.

- c. Kita menemukan (*negotiate*) makna dalam media. Bahan dari media masa itu kemudian kita temukan arti dan maksudnya berdasarkan keyakinan, pengetahuan, pandangan, dan sikap kita sendiri.
- d. Media massa itu memiliki nilai komersial. Media massa membuat pertimbangan komersial seperti untung rugi atau mendatangkan banyak uang atau tidak, dalam menyampaikan isi media, teknik penyampaian isi dan penyampaian isi media, teknik penyampaian isi dan penyebaran medianya sendiri.
- e. Media massa menyampaikan isi yang mengandung pandangan berdasarkan nilai-nilai tertentu, karena itu isi media massa seringkali dipengaruhi oleh nilai-nilai pengelola dan nilai-nilai pemasang iklan.

Yosal Iriantara (2005: 166) menambahkan, para praktisi humas/PR juga perlu mengetahui dan memahami dengan baik Kode Etik Wartawan Indonesia (KEWI), meliputi:

- a. Melaporkan kebenaran dan tidak bohong
- b. Memeriksa akurasi berita sebelum dicetak atau disiarkan
- c. Mengoreksi kesalahan yang diperbuat
- d. Tidak boleh membedakan orang
- e. Memperoleh informasi dengan jujur
- f. Tidak boleh menerima suap atau pemberian lain yang dimaksudkan untuk memperngaruhi liputannya

- g. Tidak membiarkan kepentingan pribadinya mengganggu pekerjaan kewartawanan

Dengan memahami Prinsip dan kode etik ini, PR lebih memahami bagaimana proses kerja media, sehingga semua berita yang disampaikan pihak media akan memberikan keuntungan bagi semua pihak, bukan sebaliknya.

8. Pentingnya Kerjasama Media dengan Humas PDAM Tirta Siak

Menurut Yosol Iriantara (2005: 155) media berfungsi sebagai mendidik, mengontrol, menginformasikan, dan mempengaruhi dan mengawasi. Dengan fungsinya, media menjadi penting bagi praktisi humas/PR, karena informasi yang disampaikan melalui media massa tentunya selain mengandung nilai berita juga merupakan wujud pelaksanaan fungsi media.

Menurut Bapak Syahbudin (wawancara Senin, 2 Juli 2010) diperoleh penjelasan “Penting sekali media bagi organisasi, karena jika tidak ada media hubungan antara organisasi dan publik tidak akan berjalan. Setiap kali masyarakat butuh informasi dan menjalin komunikasi, baik sesama masyarakat maupun dengan organisasi dan media massa.” Kabag Pelayanan (Hasil wawancara Senin, 2 Juli 2010), juga menjelaskan “media sangat penting bagi organisasi, karena tanpa adanya media, organisasi dalam hal ini PDAM akan kesulitan menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan cepat. Terutama untuk menyampaikan informasi pemadaman air sementara karena adanya kerusakan pipa yang tiba-tiba.”

Terkait dengan pentingnya media bagi suatu organisasi, maka pelaksanaan tugas humas PDAM sudah sesuai dengan Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, terutama Program Kegiatan Humas PDAM Tirta Siak, yaitu: mengkomunikasikan program kerja dan pembenahan kinerja PDAM Tirta Siak kepada publik melalui media massa.

Yosal Iriantara (2005: 155) lebih lanjut menjelaskan informasi yang mendapat perhatian dari media, misalnya informasi rencana penggiliran air oleh PDAM satu kota disebarkan oleh media massa sebagai wujud layanan publik, karena air merupakan kepentingan setiap orang.

9. Sejauh mana pentingnya media bagi Humas PDAM Tirta Siak

Pada intinya hubungan humas dan media adalah hubungan “proses memberi dan melayani, bukan meminta sesuatu”. M. Linggar Anggoro (2001:132-133) menjelaskan dari hubungan tersebut bukan berarti para praktisi humas tidak menerima apa dari hubungan tersebut, karena apa yang diterima oleh praktisi humas memang lebih abstrak, namun tidak kalah pentingnya, yakni suatu mitra yang akan menunjang berbagai macam kegiatan humas dalam rangka mencapai tujuan-tujuan kehumasan. Kalangan media massa akan kehilangan banyak informasi berharga yang penting bagi khalayaknya.

Hasil wawancara penulis dengan Bapak Syahbudin pada Senin, 2 Juli 2010 diperoleh penjelasan “Media dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan

kepercayaan publik terhadap perusahaan.” Senada yang sama juga disampaikan oleh Kabag Pelayanan Bapak Rendra Syahputra “Media salah satu yang sangat mendukung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada masyarakat. Dengan adanya media, perusahaan dapat menyampaikan informasi dengan cepat kepada masyarakat atau pelanggan.”

Terkait dengan hubungan humas dan media, lebih lanjut M. Linggar Anggoro (2001:132-133) menjelaskan, sebenarnya para praktisi humas itu membantu para editor dan penerbit dalam rangka melaksanakan tugas-tugasnya. Namun dengan adanya kerjasama tersebut, para praktisi humas akan dapat memetik manfaat berupa dukungan dan berbagai kemudahan dalam menyebarkan berbagai pesan humas demi menciptakan pengetahuan dan pemahaman khalayaknya menangani segala aspek organisasinya dengan mudah dan cepat.

C. Rumusan Kajian

Dari analisa data tentang Peranan Hubungan Masyarakat (Humas) Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Pekanbaru meliputi aspek: a) Menjelaskan tujuan-tujuan organisasi/perusahaan kepada pihak publik; b) Membantu organisasi/perusahaan mencari solusi dalam menyelesaikan masalah dengan publiknya; c) Bertindak sebagai fasilitator atau mediator untuk membantu pihak management dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya; d) Membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat (*adviser*)

hingga mengambil tindakan atau keputusan dalam mengatasi masalah dengan publik;

e) Menyediakan layanan teknis komunikasi yang pelaksanaannya tergantung pada masing-masing level atau bagian, mulai dari pimpinan sampai bawahan. Dapat disimpulkan bahwa peranan humas adalah sebagai perantara antara PDAM Tirta Siak dengan masyarakat terutama pelanggan.

Peranan Humas PDAM Tirta Siak adalah a) Menjelaskan Apa yang menjadi Visi Dan Misi Perusahaan kepada Masyarakat (Pelanggan); b) Menjelaskan yang Menjadi Kebijakan Perusahaan kepada Masyarakat sebagai Pelanggan; c) Membantu Perusahaan Menyelesaikan Masalah yang Terjadi dengan Masyarakat; d) Mencari Solusi dalam Menyelesaikan Masalah yang Terjadi dengan Masyarakat; e) Membantu Pihak Manajemen; f) Menyediakan Layanan (Fasilitator) Pihak Manajemen untuk Mendengar Harapan Masyarakat; g) Mediator atau Penengah Antara Pihak Management dengan Masyarakat; h) Membantu Pimpinan Perusahaan dalam Mengambil Tindakan atau Keputusan dalam Mengatasi Masalah yang Terjadi dengan Masyarakat; i) Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Menyediakan Layanan Komunikasi, Mulai dari Pimpinan Sampai Bawahan. Dapat disimpulkan bahwa dari peran humas dalam menjalin hubungan kerjasama dengan media massa, memberikan peningkatan kinerja pada PDAM Tirta Siak.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang uraian beberapa kesimpulan dan saran yang penulis rangkum sebagai hasil penelitian yang berjudul “*Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Menjalin Hubungan dengan Media*”.

A. Kesimpulan

1. Hasil analisa data dan keterkaitannya dengan pendekatan teoritis yang digunakan sebagai alat ukur, diperoleh kesimpulan bahwa Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Menjalin Hubungan dengan Media digolongkan “berhasil”. Hal ini ditunjukkan dari 18 pertanyaan yang diajukan kepada Kabag Humas Pelanggan dan Kabag Pelayanan, menjelaskan Peranan Humas PDAM Tirta Siak dalam Menjalin Hubungan dengan Media sesuai dengan visi, misi, dan tujuan PDAM Tirta Siak, dan fungsi humas yang ditetapkan dalam Rancangan Pembentukan Divisi Humas PDAM Tirta Siak Pekanbaru, serta sesuai dengan fungsi humas dalam pendekatan teoritis yang penulis gunakan, yaitu dengan hubungan humas dengan media dapat penyampaian pesan atau informasi dari PDAM kepada pelanggan, dan hubungan tersebut dapat meningkatkan kinerja PDAM dalam memberi pelayanan kepada pelanggan.

2. Faktor yang mendukung berperannya Humas PDAM Tirta Siak dalam Menjalinkan Hubungan dengan Media, didukung oleh adanya kemampuan humas dalam hal: penjelasan tujuan-tujuan organisasi/perusahaan kepada pihak publik, membantu organisasi/perusahaan mencari solusi dalam menyelesaikan masalah dengan publiknya, sebagai fasilitator atau mediator untuk membantu pihak management dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya, mengambil tindakan atau keputusan dalam mengatasi masalah dengan publik, menyediakan layanan teknis komunikasi yang pelaksanaannya tergantung pada masing-masing level atau bagian, mulai dari pimpinan sampai bawahan, mengenal media, memenuhi kebutuhan dan keinginan media, dan memposisikan perusahaan dalam relasinya dengan media.

B. Saran

1. Diharapkan kepada pihak PDAM Tirta Siak dapat memprogram pelatihan, khususnya tentang media massa kepada staf dan pegawai divisi humas agar pengetahuan humas tentang seluk beluk media mass dapat ditingkatkan, mengingat sangat pentingnya hubungan media massa dengan pekerjaan humas.
2. Diharapkan kepada staf dan pegawai divisi humas PDAM Tirta Siak khususnya dan para pretiksi humas pada umumnya, dapat membekali diri mengenai media massa, khususnya tentang pembuatan berita yang memiliki

kelaikan untuk ditampilkan di media massa (koran), sehingga informasi yang akan disampaikan humas melalui media massa (koran) memiliki validitas yang lebih baik.

3. Diharapkan kepada para semua pihak yang memperdalam ilmu komunikasi, khususnya Hubungan Masyarakat (Humas) atau *Public relations (PR)*, untuk masa yang akan datang dapat memberikan pencerahan dan sosialisasi tentang pentingnya humas bekerjasama dengan media massa, mengingat sangat berperannya media massa dalam meningkatkan kinerja humas dalam melayani pelanggannya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Prof. Dr. Supramono, 2005. *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset
- Kamus besar Bahasa Indonesia, Jakarta : 1999.
- M. Linggar Angoro. 2001. *Teory dan Profesi Kehumasan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Drs. Soleh Soemirat, M. S., Drs. Elvinaro Ardianto, M. Si., 2004. *Dasar-dasar Publik Relations*. Jakarta : PT. Remaja Rosda Karya.
- Nuruddin, M. Si. 2008. *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Frank Jefkins di sempurnakan oleh Daniel Yadin. 2003. *Publik Relations*. Jakarta : Erlangga.
- Yosal Iriantara. 2005. *Media Relations; Konsep, Pendekatan, dan Praktik*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Rosady Ruslan. 2003. *Manajemen Publik Relations dan Media komunikasi ; Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : Raja Grafindo.
- Drs. Jalaluddin Rakhmat, M. Sc. 1996. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Tony Greener. 1995. *Kiat Sukses Publik Relations*. Jakarta : Bumi Aksara
- Effendi, Onong Uchjana. 1993. *Human Relations dan Publik Relation*. Bandung : Bandar Maju.
- Moleong, Lexy, (1996), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, PT. Remaja Rosda Karya, Bandung
- Kriyanto, Rachmat, (2007), *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertasi Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Kencana Media Group, Jakarta

Ruslan, rosady, (2005), *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, PT.
Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Pedoman Wawancara

Peranan Hubungan Masyarakat (Humas) Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Siak Pekanbaru dalam Menjalin Hubungan dengan Media

1. Apakah anda menjelaskan apa yang menjadi tujuan perusahaan kepada masyarakat (pelanggan) ?
2. Bagaimanakah anda menjelaskan kebijakan-kebijakan perusahaan kepada masyarakat (pelanggan) ?
3. Apakah anda membantu perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang terjadi dengan masyarakat ?
4. Bagaimanakah anda mencari solusi dalam menyelesaikan masalah yang terjadi dengan masyarakat ?
5. Apakah anda membantu pihak management ?
6. Bagaimanakah anda menyediakan layanan (fasilitator) pihak management untuk mendengar harapan masyarakat ?
7. Bagaimanakah anda bertindak sebagai mediator/penengah antara pihak manajemen dengan masyarakat ?
8. Apakah ada anda membantu pimpinan perusahaan anda dalam mengambil tindakan atau keputusan dalam mengatasi masalah yang terjadi dengan masyarakat ?
9. Apakah ada anda menyediakan layanan komunikasi, mulai dari pimpinan sampai bawahan ?
10. Apakah anda mengenal media ?
11. Sejauh manakah anda mengenal media ?
12. Bagaimanakah anda memahami media ?
13. Apakah humas di perusahaan anda memenuhi apa yang dibutuhkan oleh media ?

14. Bagaimana anda sebagai humas memenuhi keinginan media ?
15. Apakah anda pernah merasa di rugikan oleh media ?
16. Menurut anda, seberapa penting media bagi suatu organisasi ?
17. Bagaimana dengan perusahaan anda ? Seberapa penting media bagi perusahaan anda ?